

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD
CATÓLICA DEL PERÚ**

FACULTAD DE ARTE Y DISEÑO



Vecinos Ilustres, casas históricas de Lima: Diseño de aplicación móvil para visibilizar las casas históricas del Centro Histórico de Lima para los visitantes de espacios culturales.

Tesis para obtener el título profesional de Licenciado en Arte con mención en Diseño Gráfico que presenta:

Rodrigo Abelardo Sandoval Pantoja

Asesore(s):

Sandra Tineo Sanguinetti

Guillermina Victoria Avalos Carrillo

Lima, 2025

Informe de Similitud

Nosotros, Guillermina Victoria Avalos Carrillo y Sandra Tineo Sanguinetti, docentes de la Facultad de Arte y Diseño de la Pontificia Universidad Católica del Perú, asesores de la tesis titulada:

“Vecinos Ilustres, casas históricas de Lima: Diseño de aplicación móvil para visibilizar las casas históricas del Centro Histórico de Lima para los visitantes de espacios culturales”.

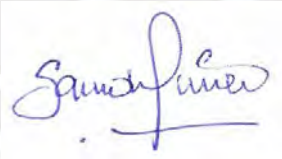

del/de la autor(a):

Rodrigo Abelardo Sandoval Pantoja

dejamos constancia de lo siguiente:

- El mencionado documento tiene un índice de puntuación de similitud de **13%**. Así lo consigna el reporte de similitud emitido por el software *Turnitin* el **26/06/2025**.
- Hemos revisado con detalle dicho reporte y la Tesis, y no se advierte indicios de plagio.
- Las citas a otros autores y sus respectivas referencias cumplen con las pautas académicas.

Lugar y fecha: Lima, 26 de junio de 2025

Apellidos y nombres de asesor 1: <u>Tineo Sanguinetti Sandra</u>	
DNI: 07880610	Firma 
ORCID: 0000-0001-6994-688X	
Apellidos y nombres de asesor 2: <u>Avalos Carrillo Guillermina Victoria</u>	
DNI:07897880	Firma 
ORCID: 0000-0001-6740-0752	

Agradecimientos

En primer término, gracias Julio Ramón Ribeyro por escribir tus pensamientos y reunirlos en *Prosas apátridas*, fueron de gran compañía en la soledad; en segundo término, gracias a todos los involucrados en hacer posible este proyecto.



RESUMEN

El presente trabajo de investigación aborda la problemática de la pérdida del patrimonio de las casas históricas del Centro Histórico de Lima (en adelante CHL), cuyo valor incalculable radica en sus estructuras arquitectónicas y el mobiliario histórico aportado por sus antiguos propietarios. Estas casas, ubicadas en la zona más antigua de la ciudad, enfrentan riesgos significativos debido a incendios, movimientos sísmicos y derrumbes, problemas agravados por la falta de conocimiento sobre su importancia como patrimonio cultural.

Durante la investigación se identificó actores importantes, como el Ministerio de Cultura, la Municipalidad de Lima Metropolitana, los residentes y visitantes del CHL, relacionados con la integridad y puesta en valor de este patrimonio, buscando la integración del patrimonio con la vida de la ciudad y su sostenibilidad en el tiempo, sumando a la rica cantidad de información sobre las casas y su historia, que no llega de manera eficiente a los visitantes del CHL. Como resultado de la investigación, tanto teórica y de campo; se propone la realización de un aplicativo móvil que concentre información relevante y datos curiosos sobre las casas, mostrando parte del valor que posee este patrimonio, apoyándose también en la figura de los antiguos residentes de las casas, buscando lograr visibilidad para su puesta en valor, con el objetivo de ayudar a frenar la pérdida de patrimonio que pertenece a la humanidad y con especial énfasis a los limeños.

ABSTRACT

The present research addresses the problem of heritage loss affecting the historic houses in the Historic Centre of Lima (abbreviated in Spanish as CHL), whose incalculable value resides in their architectural structures and in the historic furnishings contributed by their former owners.

These houses, located in the oldest area of the city, face significant risks from fires, earthquakes, and collapses—issues exacerbated by a lack of awareness regarding their importance as cultural heritage.

During the investigation, key stakeholders are identified such as the Ministry of Culture, the Metropolitan Municipality of Lima, and the residents and visitors of the CHL—all of whom are linked to the integrity and enhancement of this heritage. The study seeks to integrate this heritage with the life of the city and ensure its long-term sustainability, while acknowledging that the wealth of information about the houses and their histories does not reach HCL visitors effectively.

As a result of both theoretical and field research, the proposal is to develop a mobile application that gathers relevant information and interesting facts about the houses, showcasing part of the value of this heritage. It would also highlight the stories of the former residents of these homes, aiming to raise visibility and promote their preservation—ultimately helping to stop the loss of heritage that belongs to humanity, with special significance for the people of Lima.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	9
CAPÍTULO I: PROBLEMA	11
1. Descripción del problema	11
2. Justificación de la investigación	14
3. Pregunta de investigación	14
4. Objetivos de la investigación	15
5. Hipótesis	15
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	16
1. Centro Histórico de Lima (CHL)	16
2. Las Casas	25
3. Patrimonio	32
4. Marco Teórico desde la Especialidad de Diseño	36
5. Difusión del patrimonio	45
5. Interpretación del Patrimonio	47
7. Estado del arte	49
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA	55
1. Descripción de los Actores	56
2. Descripción del Campo	60
3. Métodos y Herramientas	61
CAPÍTULO IV: PROYECTO	65
1. Concepto	65
2. Justificación del proyecto	65
4. Descripción del Público Objetivo	69
5. Etapas del proyecto	73
6. Desarrollo de la app	77
7. Análisis de diseño	89
8. Diseño de la comunicación	94
9. Juicio de pares	95
CONCLUSIONES	97
RECOMENDACIONES	99
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	100
ANEXOS	108

Lista de tablas

Tabla 1. Tipologías de casas museo propuesto por Rosana Pavoni	30
Tabla 2. Valores atribuidos a herramientas digitales propuestas por Tanner	66
Tabla 3. Tabla de propuesta de valor de la app	72



Lista de figuras

Figura 1. Siglo XVI	21
Figura 2. Siglos XVII y XVIII	22
Figura 3. Siglos XVIII y XIX	22
Figura 4. Siglos XIX y XX	23
Figura 5. Siglos XX y XXI	24
Figura 6. Primeros vecinos. Distribución	25
Figura 7. App Second Canvas Museo Nacional del Prado	50
Figura 8. Pantallas de la App Mic Roma	51
Figura 9. Vistas de la web Jironeando	52
Figura 10. Módulo interactivo MALI	53
Figura 11. Pantallas de la app Rutas de Lima	54
Figura 12. Procedencia de los usuarios del centro de Lima	58
Figura 13. Rango de edades en puntos focales del centro de Lima	59
Figura 14. Delimitaciones vigentes del Centro Histórico de Lima	61
Figura 15. Mapa mental para desarrollar el concepto del proyecto	62
Figura 16. Moodboard	63
Figura 17. Malecón Chabuca Granda y Casa de la Literatura Peruana	69
Figura 18. Croquis de la ubicación de los predios que serán visibles en la app	73
Figura 19. Rutas temáticas divididas por calles	73
Figura 20. Mockup de sticker con código QR interviniendo el espacio del CHL	75
Figura 21. Stickers para intervenir el CHL	75
Figura 22. Marcador de la casa Paz Soldán	77
Figura 23. Post redes sociales	78
Figura 24. Arquitectura de información. App Vecinos Ilustres	79
Figura 25. Wireframes de la app	80
Figura 26. Mapa de flujo	80
Figura 27. Pantalla de carga	81
Figura 28. Pantalla con el menú principal	81
Figura 29. Pantalla con la lista de las casas	82
Figura 30. Pantalla con información por revelar de la casa seleccionada	83
Figura 31. Pantalla con mapa y ubicación de las casas	83
Figura 32. Mapa de las estaciones de buses para acceder al CHL	84
Figura 33. Pantalla con la interface de la cámara para escanear marcadores	85
Figura 34. Primer y segunda versión del mapa, respectivamente	88
Figura 35. Primer y segunda versión de la sección INFORMACIÓN de la app, respectivamente	88
Figura 36. Primer y segunda versión del menú de opciones dentro de la app, respectivamente	89
Figura 37. Construcción y área de respeto del imago tipo	91
Figura 38. Variante cromática del imago tipo	92
Figura 39. Paleta cromática	92

INTRODUCCIÓN

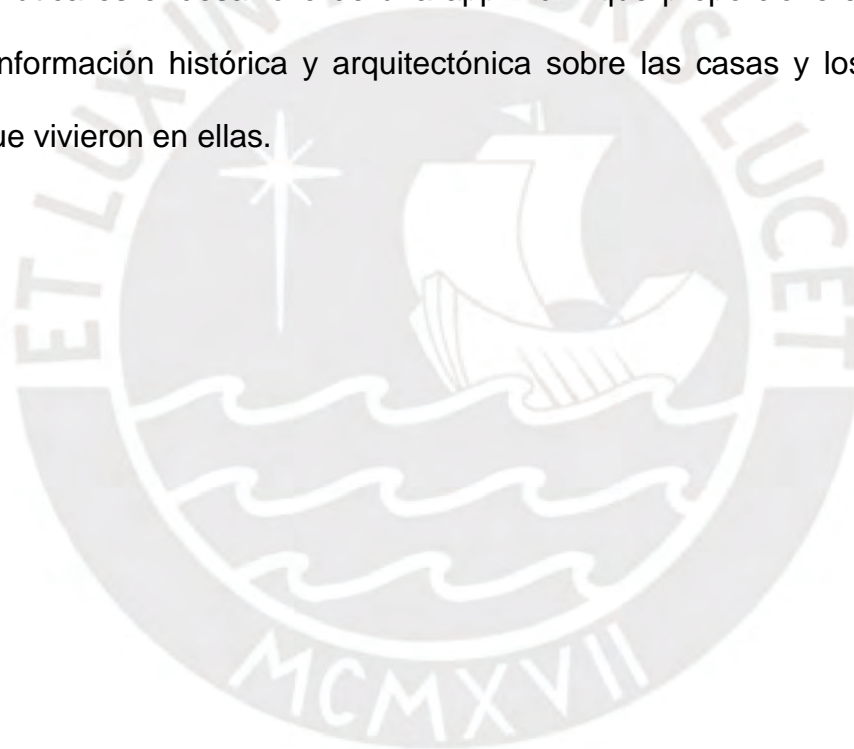
El presente trabajo de investigación en diseño gráfico se enmarca en la línea de la mediación patrimonial. Dentro de esta área, se estudian las Casas Históricas del Centro de Lima como parte del patrimonio histórico y cultural de la nación. El proyecto de diseño propone como solución al problema la creación de una aplicación móvil basada en la interpretación del patrimonio como método para promover la visibilización y, por ende, difundir el valor cultural de las casas históricas entre el público joven. "El centro histórico de Lima fue declarado Patrimonio Cultural de la Humanidad en 1991" (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO], 2019). Esta parte de la ciudad encapsula un rasgo importante de la identidad de los peruanos y, en especial, de los limeños, ya que aquí conviven distintas épocas y hechos que marcaron la historia peruana.

Sin embargo, actualmente el estado de conservación de esta zona urbana es preocupante debido a la constante pérdida de patrimonio consecuencia de incendios o derrumbes, entre las causas más comunes. En este contexto, el problema de investigación se centra en el desconocimiento del valor cultural de las casas históricas del centro de Lima. Mientras algunas, como la Casa Grau o la Casa O'Higgins, funcionan como casas museo, muchas otras permanecen invisibilizadas, lo que contribuye a su pérdida irremediable.

Metodológicamente, para investigar este problema se realizaron entrevistas a expertos en el tema de patrimonio, se efectuó un mapeo de las casas históricas del centro de Lima y una investigación de su valor histórico y arquitectónico. Además, se realizaron encuestas a las personas que frecuentan esta parte de la ciudad en puntos estratégicos como la Casa de la Literatura Peruana, la Plaza San Martín y el Malecón Chabuca Granda.

En el marco teórico de este proyecto se explora la riqueza cultural que se encuentra en sus construcciones civiles (casas), desde la fundación de la ciudad y de la influencia del trazado original que persiste hasta la actualidad. Además, se desarrolla sobre el tema de la conservación del patrimonio y su visibilización, para garantizar su correcta conservación.

En los capítulos IV y V se expone el desarrollo de la propuesta gráfica para el proyecto planteado como solución al problema encontrado. Se inicia con el concepto del proyecto que se fundamenta en la selección del público objetivo, otorgándole sentido al mismo, basado en las características del público. La propuesta de solución ante esta problemática es el desarrollo de una app móvil que proporcione a visitantes y residentes información histórica y arquitectónica sobre las casas y los personajes históricos que vivieron en ellas.



CAPÍTULO I: PROBLEMA

1. Descripción del problema

La Ciudad de Lima, y en especial el Centro Histórico de Lima (CHL), posee un gran valor cultural. Sin embargo, el valor patrimonial e histórico que tiene pasa desapercibido, ocasionando la pérdida de patrimonio cultural invaluable. Esto se debe a múltiples causas, entre ellas los terremotos, las abundantes construcciones ilegales, la gran cantidad de comercios y, sobre todo, los incendios producidos por las conexiones eléctricas clandestinas o en mal estado. “El Centro Histórico de Lima se incendió más de 120 veces en dos décadas y se derrumba todo el tiempo porque solo el 27% de predios se encuentra en buen estado” (Paz, 2019).

Lima posee un centro histórico cargado de numerosos acontecimientos relevantes en la historia peruana, además de una variada arquitectura desde su fundación española. En palabras del arquitecto e historiador Agustín Burneo (2017): “comenzaba el siglo XVII y empezaban a mostrarse en la ciudad los primeros rasgos de la singular y bella arquitectura —entre morisca y sevillana, pero limeña, sobre todo— que se convertiría en el sello único y más característico de Lima” (p. 55).

Por ello, resulta importante preservar todos estos lugares como testimonio de lo sucedido. Por un lado, para no perder la identidad nacional que se puede forjar conociendo la historia del CHL y de los personajes que forman parte de su historia; y por otro, para desarrollar una industria turística responsable y de alto valor. Al visitar el Centro Histórico de Lima, se evidencia que no cuenta con la adecuada conservación; muchas casonas antiguas de importantes personajes de la historia hoy fungen de locales comerciales con escasos cuidados para prevenir accidentes domésticos. Según los datos brindados en el capítulo 2, "Diagnóstico" del Plan Maestro de Lima (2017), el estado de conservación es: “Según el Instituto Nacional

de Defensa Civil (2013), en el Centro Histórico predominan los inmuebles en estado de conservación regular (45 %), teniendo el 21 % un estado de conservación malo o muy malo y el 27 % bueno o muy bueno”.

Las casonas, quintas, palacios o palacetes del centro histórico no solo son espacios arquitectónicos. Como menciona Pavoni (2012), las casas museo, que en primer término son casas, forman parte importante de nuestra historia; es conocer cómo vivieron, sintieron o educaron héroes, precursores o personajes notables. Es así que los ciudadanos deben entender la importancia de conocer la historia, y qué mejor manera de primera mano, al visitar y conocer una casa histórica, donde la misma historia habita mediante las relaciones que un bien material genera con el visitante.

Muchas de estas casas o lugares históricos se ven afectados por el comercio que utiliza los espacios, como restaurantes o tiendas. Esta actividad abunda en el centro de la ciudad, y aunque no es ilegal, es una actividad que directa o indirectamente daña el patrimonio, ya que muchas veces para acondicionar estas actividades económicas se deja de lado el valor histórico y se impone el valor del predio en relación a su ubicación céntrica y de alto tránsito. Claro que también existen ejemplos en los que la actividad económica y cultural son tomadas en cuenta, como la Casa Fernandini o la Casa Paz Soldán, donde esta convivencia genera interés y recursos para su conservación, utilizando su valor histórico como atractivo para más visitantes, lo cual resulta interesante para organizar eventos o reuniones sociales. De igual manera, se podría trabajar con más actividades similares, como cafés temáticos o restaurantes dentro de casas, pero este proyecto no aborda estas posibilidades.

En este contexto, el problema de investigación se centra en la falta de promoción del valor patrimonial de las casas históricas del CHL, consecuencia de la escasa cultura de preservación del patrimonio cultural entre jóvenes de 18 a 25 años en el Perú. Considerando su situación de riesgo, la consecuente pérdida de legado arquitectónico

y mobiliario, así como su potencial para promover entre los jóvenes una cultura de conservación, este problema puede ser aprovechado en estos y otros espacios culturales importantes para la ciudad. La tecnología juega un papel importante en la difusión del patrimonio. Como menciona la arqueóloga Martha Cabrera: "...virtualizar los museos tiene dos finalidades: 1) Las personas que no puedan viajar o no pueden ir, virtualmente pueden ver. 2) Mediante la digitalización motivar a que las personas asistan físicamente al lugar..." (comunicación personal, 25 de abril de 2019) ver Anexo 1. Para esta investigación, la virtualización del conocimiento será la herramienta mediante la cual se buscará dar solución al problema planteado, siendo parte de una recuperación a largo plazo del CHL.

Para concluir este punto, el problema principal planteado en esta tesis es el escaso conocimiento sobre el valor del Centro Histórico de Lima, que posibilita la pérdida de patrimonio arquitectónico y cultural valioso. Actualmente, esta parte de la ciudad es vulnerable debido al descuido en su mantenimiento, sumado a que se desaprovechan potenciales espacios culturales importantes para la ciudad, lo cual representaría un cambio en el estigma que se tiene de esta zona urbana.

1.1. Problema principal:

La falta de conocimiento sobre las casas históricas del Centro Histórico de Lima, en el contexto de una limitada valorización del patrimonio cultural en el Perú.

1.2. Problemas secundarios:

Desaprovechamiento de espacios culturales debido a la limitada valorización de las casas históricas del Centro Histórico de Lima, en el contexto del descuido del patrimonio cultural en el Perú.

Falta de reconocimiento de personajes históricos que vivieron en el Centro Histórico de Lima, debido a la limitada revalorización de su legado en el contexto del descuido del patrimonio cultural en el Perú.

2. Justificación de la investigación

Esta investigación surge de la observación y de caminatas por diferentes distritos de Lima y en particular por el Centro Histórico, impulsado por una motivación personal de conocer la historia a través de personajes y arquitectura. Aborda la invisibilización que afecta a las casas en estado de abandono o riesgo de destrucción resulta importante como tema de estudio.

El patrimonio cultural material que se encuentra en las ciudades ayuda a forjar parte de la identidad de una ciudad y por ende de sus ciudadanos. En el caso del CHL, una gran parte de esta identidad se encuentra en peligro de perderse por los incendios o derrumbes que genera el abandono y la informalidad que cubre a este patrimonio.

Este proyecto busca ofrecer una herramienta digital que visibilice las casas del patrimonio cultural de la humanidad en esta parte de la ciudad, dirigida tanto a visitantes como a residentes. A través de una aplicación móvil, se promueve la interacción y la exploración a pie, aprovechando su portabilidad y facilidad de uso para un público amplio. Inspirado en la idea de una musealización atractiva, el proyecto pretende incentivar el conocimiento del valioso patrimonio de Lima, resaltando que está al alcance de todos. Además, plantea que la musealización de un espacio no solo implica su conservación y admiración, sino que también puede otorgar una segunda vida a los inmuebles.

3. Pregunta de investigación

¿Cómo la implementación de un diseño de aplicación móvil permitirá visibilizar las casas históricas del Centro Histórico de Lima para los visitantes de espacios culturales?

4. Objetivos de la investigación

Objetivo principal: Contribuir en la difusión de las casas históricas del Centro Histórico de Lima

Objetivos secundarios:

Mostrar espacios culturales a través de una plataforma digital.

Indagar en la vida de personajes históricos que vivieron en el Centro Histórico de Lima.

5. Hipótesis

El diseño de una app móvil para visibilizar las casas históricas del CHL, será un generador de interés para poner en valor este patrimonio con una promoción cultural más interactiva. Esta herramienta acercará y fomentará la apropiación de la información a través del uso de la app, que revelará "datos curiosos" sobre las casas y sus antiguos dueños. Los usuarios podrán capturar fotografías de las fachadas, vitrales, molduras, inscripciones o mobiliario que se encuentre dentro de cada casa, cambiando la información de una casa a otra. Esta información podrá ser compartida, haciendo que el espacio sea entretenido de visitar y conocer, promoviendo así su recuperación y favoreciendo su uso.

¿Por qué una app móvil? La portabilidad que otorga este medio digital es fundamental para generar interacción y cercanía con la historia que pueden contar los objetos y personajes que habitaron las casas. Esto sirve como excusa para causar interés en los usuarios.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

1. Centro Histórico de Lima (CHL)

1.1. Historia del Centro Histórico de Lima

El Centro Histórico de Lima “es la parte de la ciudad que estuvo contenida dentro del perímetro de las murallas edificadas hacia 1687 y que abarca también el área más reducida del sector antiguo del actual Distrito del Rímac” (Bonilla et al., 2009, p. 136). La historia de esta parte de Lima se inicia con la fundación española en el año 1535, construida con una disposición de sus manzanas muy regular a manera de una cuadrícula denominada trazado en damero. “La Ciudad de los Reyes” fue la base del poder de la corona española, reinado que se prolongó hasta la proclamación de la independencia en 1821 y la culminación de la guerra por la independencia en 1824 con la derrota del ejército realista en Ayacucho. En esta primera etapa fundacional, se nota claramente que los primeros vecinos fueron españoles reconocidos por participar en la conquista del Perú. La familia Aliaga es el claro ejemplo de esto; Pizarro repartió entre sus compañeros los terrenos y esta familia aún continúa viviendo ahí (Burneo, 2017).

Según Scaletti (2020), el inicio de la república trajo consigo cambios al CHL. Las murallas que protegían a la ciudad ya no eran necesarias y se removieron en 1868, dando paso al crecimiento urbano de la ciudad. A finales del siglo XIX e inicios del XX se creó la avenida Nicolás de Piérola con la Plaza San Martín, que se inauguró en 1921, cambiando el paisaje urbano. A mediados de 1940 se demolieron masivamente casas en el centro de Lima para dar paso a la construcción de dos nuevas avenidas, Abancay y Tacna. (Lombardi & Mountuori, 2018) Es en esta primera

mitad del siglo XX es que las personas, vale decir familias tradicionales del centro de Lima, migraron a la periferia de la ciudad, en especial a la zona sur de la capital, como puede ser Barranco, Miraflores, Surco, entre otras. Esto dio paso a nuevos habitantes del centro que comenzaron a utilizar las casas y espacios públicos para desarrollar comercios y vivir en Lima.

(Bonilla, 2019) Es en la segunda mitad del siglo XX, el centro de Lima se desborda de ambulantes y comercios, algunos de los ejes comerciales son el jirón de La Unión que conecta mediante el puente de Piedra con el jirón Trujillo en el Rímac, esta vía era como las demás calles con veredas a los extremos y una calle para el paso de caballos y carruajes, antes de los jirones cada calle (cuadra) tenía su nombre propio, en esta se podían encontrar la calle de Mercaderos o la calle de Espaderos, es así que en esta ruta predominante comercial se extiende desde la Colonia hasta nuestros días.

El eje del malecón Chabuca Granda durante los años 80 fue un mercado al aire libre, y es durante la alcaldía de Eduardo Orrego que se designa el traslado de estos comerciantes, en su mayoría provenientes de provincia, al centro comercial Polvos Azules, con cierta resistencia al inicio, pero la promoción y las aperturas de rutas para los clientes hizo que la nueva ubicación sea asimilada por usuarios y comerciantes. (Especiales El Comercio, s.f.) Como hecho importante que sucede en el CHL a inicios del siglo XXI, el 29 de diciembre de 2001, podemos mencionar el incendio de Mesa Redonda, este espacio comercial es ampliamente conocido por su alto nivel de congestión y precariedad en sus instalaciones y medidas de seguridad, este accidente ocasionó la muerte de 277 personas y otros 247 heridos. Esta precarización de los inmuebles y su explotación comercial es una causa que posibilita la pérdida de patrimonio.

Estos cambios, de uso y ampliaciones de residenciales afectaron al CHL, pero también lo enriquecieron, ya que al transformarse durante todo el siglo XX y lo que va

del XXI el horizonte de esta parte de la ciudad se modificó, es por eso que ahora también contiene parte de la historia de estos siglos, por encapsular en un territorio relativamente pequeño tantas manifestaciones arquitectónicas de diferentes siglos, se le considera un patrimonio de la humanidad.

También se debe recalcar que los cambios económicos y demográficos influyeron en el actual estado del CHL. Las migraciones desde las regiones centrales a la capital del Perú crearon nuevos centros urbanos y comerciales. Esto ocasionó que el centro de Lima dejara de ser el único lugar en donde se comerciaba, dando paso a nodos importantes de comercio al norte y al sur de Lima. Esto provocó que las actividades económicas se redujeran en el centro, ocasionando descuido.

1.2. Arquitectura

La arquitectura que se aprecia en el Centro Histórico de Lima es muy variada, abarcando desde la época virreinal, donde Sous (2019) explica que “la vivienda constituyó el grueso de la actividad edificatoria de la época virreinal, y estuvo sujeta a las vicisitudes producidas por los terremotos y los cambios de estilo” (p. 270), hasta las corrientes arquitectónicas del siglo XX, como el Art Nouveau, el Art Decó, el Academicismo francés, la corriente neo-hispana y las corrientes peruanistas de 1910 a 1945. Bonilla (2009) afirma:

En la Lima metropolitana, esta parte de ella es la que posee mayor densidad histórica y concentración de testimonios visibles de todos los periodos de su arquitectura posteriores a la fundación española de la ciudad en 1535. Salvo iglesias, conventos y algunas casas y edificios institucionales, la mayor parte de lo que el Centro de Lima despliega ante nosotros en materia de arquitectura, es republicano: arquitectura pública y privada de los siglos XIX y XX. (p.132)

Dentro de la arquitectura civil que se encuentra en el CHL podemos encontrar los siguientes:

La Casa de Pilatos (Jirón Áncash 390) es un buen ejemplo de casa del Siglo XVII, perteneció a don Diego de Esquivel y Xarava, actualmente en esta casa funciona el Tribunal Constitucional.

La Casa de las trece monedas (Jirón Áncash 542) vivienda de un solo piso del siglo XVIII que conserva en su fachada las ventanas con rejas y el tallado ondulante en la madera característica del rococó.

Quinta de Presa (Jirón Chira 344) también conocida con el nombre de Molino de Presa por ser recibida como traspaso a la señora Isabel de la Presa Carrillo de Albornoz en el año de 1727 es recién cuando su sobrino, Pedro José Carrillo de Albornoz y Bravo de Lagunas, recibe la casa como herencia que se convierte en casa recreo por sus formas redondeadas y ornamentación tanto la fachado como la decoración interior se manifiesta clara influencia rococó.

Antiguo museo taurino también conocida como Casa Berckemeyer (Jirón Conde de Superunda 341) por el nombre del dueño, es una casa que data del siglo XVII, su importancia reside en su fachada por ser la única que cuenta con balcón que ocupa todo el ancho de la casa.

Casa de Correos y Telégrafos o Casa de la gastronomía peruana (Jirón Conde de Superunda 170) de estilo ecléctico por contar con pilastras pareadas y machones almohadillados que proviene del estilo neoclásico y además de poseer una base de estilo renacentista, maneja de manera muy armoniosa su fachada y el patio interior hace de esta edificación un lugar muy agradable de visitar.

Estación de Desamparados o Casa de la Literatura peruana (Jirón Ancash 207) diseñada por el arquitecto Rafael Marquina e inaugurada en el año 1912, fue una de las primeras estructuras en la cual se utilizó acero y cemento, su peculiar nombre

viene a consecuencia de ubicarse muy próxima a la Iglesia Nuestra Señora de los Desamparados, que fue demolida posteriormente para dar paso al jardín posterior de Palacio de Gobierno, es una estructura ecléctica entre el barroco y el academicismo francés, en su interior se destacan por poseer dos farolas abovedadas con vitrales de estilo Art Nouveau realizadas por la firma Mallowes Co. Ltd. de Londres y Sheffield.

Casa Courret (Jirón de la Unión 459) esta edificación es peculiar debido a su fachada en estilo Art Nouveau, carece de una planta libre, está construida con materiales tradicionales como la quincha, el adobe; prescindiendo del cemento y acero. En su fachada se aprecian aplicaciones en yeso que conforman formas curvilíneas características de esta corriente, en ella funcionó el estudio fotográfico de Eugenio Courret, fotógrafo francés radicado en Lima. (Bonilla, 2009)

Esta es una pequeña relación de la variedad arquitectónica en cuanto a casas se refiere, pero su diversidad arquitectónica también se ve reflejada en las iglesias, puentes y monasterios que se encuentran en el centro Histórico de Lima.

1.3. Urbanismo o crecimiento urbano

Según Cobeña et al. (2016), la planificación urbana pasa por tomar decisiones que afectan el territorio y cómo se organizan los espacios, tomando en cuenta la densidad poblacional y apuntando a un equilibrio entre sus espacios públicos, zonas residenciales y comercios para evitar la explotación, zonas descubiertas o subutilización de los espacios. Se busca garantizar la accesibilidad, uso e integración de los espacios urbanos, buscando la seguridad de sus habitantes y las personas que visiten dichos espacios. Por el contrario, los espacios monofuncionales, fragmentados o divididos fomentan la inseguridad y la poca cohesión con las personas que habitan y visitan espacios sin una clara planificación urbana.

Es por esto que el urbanismo se encuentra relacionado con otras especialidades como la sociología, arquitectura, ingeniería, historia, etc., de las cuales extrae información para que el trabajo satisfaga lo mejor posible las necesidades de las personas que viven en la ciudad. Este proceso de ordenar la urbe es constante, debido a que cuando una ciudad se funda originalmente se piensa para un número de personas que, con el paso del tiempo, inevitablemente crece y la infraestructura existente se vuelve insuficiente.

El proceso de urbanización de Lima, y más específicamente del Centro Histórico de Lima, se remonta a su misma fundación en 1535. En esta primera etapa se puede apreciar el trazo de damero.

Figura 1. Siglo XVI

*Recreación del periodo entre 1535 y 1600.
Resaltando los ejes del “triángulo prehispánico”*



Nota: fuente de la imagen Burneo

En la segunda etapa se aprecia la creación de los muros defensivos de la ciudad entre los siglos XVII y XVIII, posteriormente el crecimiento de la ciudad hasta llegar a ocupar

el poco espacio dentro de las murallas, las cuales detuvieron la expansión de la ciudad por casi dos siglos.

Figura 2. Siglos XVII y XVIII

Recreación del periodo entre 1687 y 1800. Los ejes del “triángulo prehispánico” se trasladan y transforman en los ejes de las murallas de Lima.



Nota: fuente de la imagen Burneo

En la tercera etapa, que comprende los siglos XIX y XX, se produce el primer crecimiento moderno de la ciudad tomando los ejes de la muralla.

Figura 3. Siglos XVIII y XIX

Recreación del periodo entre 1800 y 1874. Lima había ocupado ya las áreas libres de expansión a “intramuros” de la ciudad.

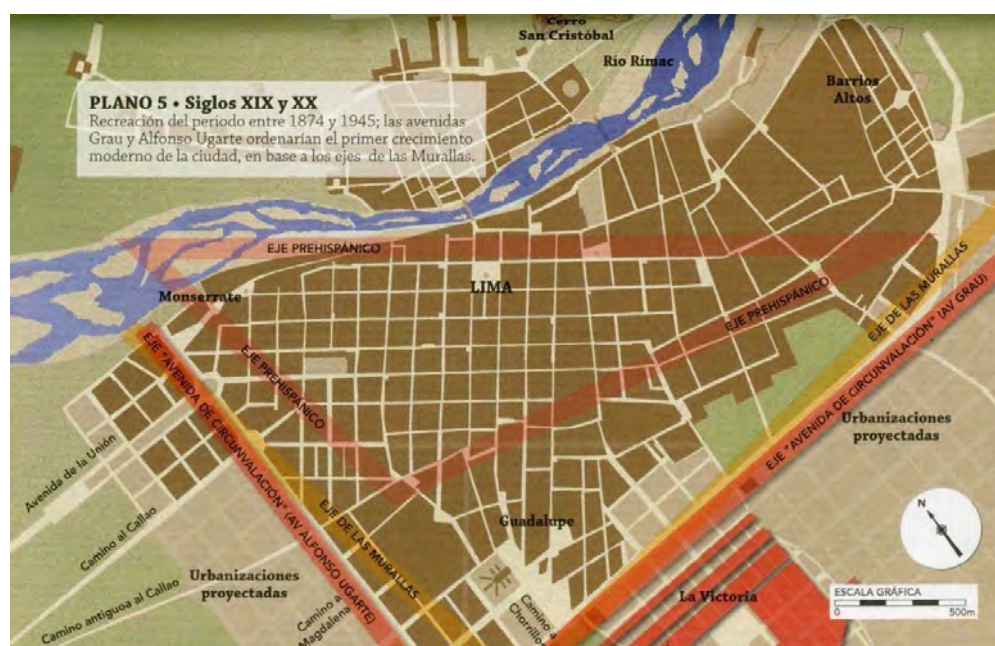


Nota: fuente de la imagen Burneo

En la cuarta etapa que comprende desde el siglo XX hasta la actualidad, los antiguos ejes de la muralla serán reemplazados por las avenidas Alfonso Ugarte y Grau es desde este punto en adelante que la ciudad crecerá perpendicular a estas avenidas (Burneo, 2017)

Figura 4. Siglos XIX y XX

Recreación del periodo entre 1874 y 1945; las avenidas Grau y Alfonso Ugarte ordenarían el primer crecimiento moderno de la ciudad.



Nota: fuente de la imagen Burneo

Figura 5. Siglos XX y XXI

Recreación del periodo entre 1945 y 2017. El crecimiento se produjo con calles y vías trazadas a 90° de las avenidas Grau y Alfonso Ugarte.



Nota: fuente de la imagen Burneo

Es de apreciar que aún hoy se conserva la disposición de damero que marcó el inicio de la ciudad de Lima, facilitando la organización de este espacio y su recorrido a pie. En esta urbanización que resume Burneo, se pueden apreciar claramente los motivos que tuvo la UNESCO al declarar el Centro Histórico de Lima como patrimonio de la humanidad. Este damero y sus posteriores ampliaciones y reductos permiten observar el paso de las diferentes épocas, dejando un rastro que sirve para identificar y delimitar de manera más precisa los límites del campo de acción para este proyecto.

que poseen el título de "casa" porque albergan y resguardan manifestaciones culturales. Es decir, brindan resguardo. Se puede afirmar que el "residente" de estas estructuras es la manifestación cultural. Por ejemplo, la estación de Desamparados, que actualmente funciona como la Casa de la Literatura Peruana, o la Casa de Correos y Telégrafo, que actualmente posee el nombre de Casa de la Gastronomía Peruana. Esto enriquece el término usado para catalogar las estructuras que sirvieron de vivienda, añadiendo construcciones que ahora son casas que resguardan parte de la identidad peruana. (Burneo, 2019; Pavoni, 2012)

Realizando un recorrido a pie por el damero se pueden identificar algunas casas por su nombre expuesta en la fachada, otras mediante Google Maps o mediante consultas en internet, claro está, de manera superficial para conocer la denominación de la casa que se visita. En este recorrido se pudo identificar qué casas históricas cuentan con una musealización. Las únicas casas que cuentan con un servicio o acceso a su interior son:

- Casa de las Trece Monedas o Museo Nacional Afroperuano
- Casa Nacional de La Moneda
- Casa de la Asociación de Artistas Aficionados (AAA)
- Casa Aspíllaga
- Museo Naval Casa Grau
- Edificio Wiese
- Casona de San Marcos
- Casa Riva-Agüero

- Casa Checa
- Quinta Alania
- Casa Aliaga
- Quinta Heeren
- Casa De la Cultura Criolla Rosa Mercedes Ayarza

Por otro lado, las casas que aún no cuentan con una musealización son:

- Casa de José Francisco Canevaro Valega, Il Conde de Zoagli
- Quinta del Rincón del Prado
- Casa de la Riva
- Casa Goyeneche
- Casa Pilatos
- Casa de Santiago Salaverry
- Casa de los Condes de Montemar
- Casa Barbieri
- Casa Courret
- Quinta de Presa

Estas residencias históricas, al ser intervenidas mediante la difusión de su patrimonio, contribuirán a incrementar la oferta de actividades culturales o, en su defecto, a sentar las bases para que la oferta aumente. Morales (2018) afirma:

En cuanto a las actividades culturales, el 81% de los visitantes precisaron haber visto mejora, un menor 17% señaló que este aspecto se mantenía igual y solo el 1% manifestó no saber. No obstante, de la mayoría que manifestó haber visto o percibido mejoras en cuanto a este aspecto, destacó que el número de actividades culturales aún no es suficiente, que estas deberían ser gratuitas (ej. el ingreso a los museos), que deberían promoverse más actividades para niños y que, además, los eventos culturales requerían mayor difusión. (p. 77, gráfica 27)

Es importante recalcar que la oferta de actividades gratuitas y de centros de interpretación aumentaron con los Juegos Panamericanos de Lima, aunque estos últimos son de carácter temporal. En cuanto a la inclusión y difusión del Plan Maestro del Centro Histórico de Lima, se está trabajando en reuniones y actividades con los vecinos, niños y personas que visitan esta parte de la ciudad para generar una reflexión y conexión. El punto más positivo es que la afluencia de visitantes está en aumento desde el año 2017.

2.1. Estado actual

Como se mencionó anteriormente, solo el 27% de los predios del (CHL) se encuentran en buen estado.

El último plan maestro que tuvo el Centro Histórico de Lima (documento que sirve para guiar su conservación y recuperación) se aprobó en 1998, durante la gestión del alcalde Alberto Andrade, y caducó en el 2008.

Desde ese año, es decir hace más de una década, la ciudad avanza a ciegas en el rescate del casco antiguo (Paz, 2019).

Este abandono de diez años que dejó sin un planeamiento para el cuidado del CHL sugiere una razón por la cual el patrimonio cultural se suele perder por incendios o que se desmoronen a pedazos. En la parte de diagnóstico del Plan Maestro del CHL se menciona como conclusión, 4 puntos que engloban el estado actual del CHL, están son:

- 1) Administración territorial fragmentada y normativas desactualizadas.
- 2) Destrucción del paisaje urbano, en términos de escala, usos y medio ambiente, siendo el uso comercial un generador de características negativas.
- 3) Situación de vivienda precaria, sumada a falta de incentivos para la inversión en regeneración.
- 4) Rol indefinido a nivel metropolitano, concentrado en actividades deterioran el Paisaje Urbano Histórico.

En el 2016 se aprobó el nuevo plan maestro para el CHL en este documento se plantea una visión de Lima para el año 2035, donde se especifica hacer del CHL un espacio de visita en sí mismo fortaleciendo su imagen ante el mundo, busca mejorar la calidad de vida de los actuales residentes y promover la llegada de nuevos, haciéndola amigable al peatón y al ciclista todo esto sin olvidar la puesta en valor del patrimonio cultural. (PROLIMA, 2017)

Las obras físicas iniciaron en el año 2020 con la peatonalización de los alrededores del Convento San Francisco. Estos planes ponen de manifiesto que el estado actual del CHL no es el mejor y que este espacio monumental seguirá en peligro hasta que este plan se termine de implementar.

2.2. Categorías

Tabla 1. Tipologías de casas museo propuesto por Rosana Pavoni

Tipología	Característica
Casas de hombres ilustres	En estas habitaron escritores, músicos, políticos, militares o personalidades famosas que reflejan valores positivos ante la sociedad
Casas de coleccionistas	En estas moradas están pensadas para documentar o coleccionar objetos de un determinado periodo histórico
Casas de la belleza	Estas casas son apreciadas por su belleza arquitectónica o por su decorado o sus muebles
Casas intérpretes de eventos históricos	Estas son testimonios del cambio en las ciudades debido al cambio en los estilos de vida que pasan las sociedades
Casas deseadas por una comunidad	Estas casas se transforman en museos no por su historia o su belleza sino porque en ellas la comunidad ve reflejada un instrumento para conservar su identidad o la cultura de su entorno
Moradas nobiliarias	Palacios o edificios en donde viven o han vivido generaciones de una misma familia dejando parte de la historia de cada generación; edificios reales o lugares del poder, palacios o edificaciones ya musealizadas que por lo general desempeñan su función original
Casas del clero	Monasterios, abadías o iglesias que están abiertas al público que sirvieron de residencia en el pasado
Casas de carácter etno-antropológico	Estas son casas que sirven de testimonio de comunidades desaparecidas, como las casas de los campesinos en una sociedad preindustrializada, frecuentemente vinculadas con los ecomuseos por contar su historia por su relación con el paisaje y por las formas de habitar.

Partiendo de la tipología planteada por Rosanna Pavoni para las casas museo, se puede definir que las tipologías que se encuentran en el CHL son las casas de la belleza, casas intérpretes de eventos históricos y casas de hombres ilustres.

Es importante mencionar que algunas construcciones no se ciñen estrictamente a la clasificación, pudiendo encontrar casas que cumplan con dos tipologías a la vez: como

puede ser casas de hombres ilustres y deseadas por la comunidad, a manera de ejemplo la casa Fernandini cumple con esta característica, este hecho incrementa el valor de las mismas.

2.3. Casas Museo

La definición de "casa museo" no es una categoría rígida que diferencie de manera clara y categórica entre ambas instituciones, dado que es complejo enumerar las diferencias y sus propósitos. Es por esto que es necesario seguir discutiendo sobre las cuestiones museográficas y teóricas de estos espacios (Torres González, 2006).

En el CHL se pueden ver construcciones históricas que tienen la denominación de "casa" no por haber sido casa de algún personaje, sino porque ahora sirven de lugar de acogida para manifestaciones culturales, como puede ser La Casa de la Literatura Peruana o La Casa de la Gastronomía.

En lo que se puede concertar un acuerdo, es que una casa museo tiene un carácter similar al de un museo, pero esta tiene una ventaja que radica en que logra crear lazos de empatía con el público asistente, a diferencia de un museo. Dado que el concepto de museo es crear una estructura nueva, ajena a la historia que contiene, haciendo de estas "coleccionistas" de patrimonio, se puede exceptuar a los museos de sitio. La empatía que genera en la visitante crea estima y afecto por estos lugares, lo cual ocasiona que el interés por el cuidado de estos espacios sea mayor.

Las casas museo ofrecen a su público una experiencia diversa respecto de aquellas que se pueden experimentar en otros museos. En efecto, a pesar de las dificultades de musealización, es decir, de hacer público y educativo un lugar cargado de referencias individuales e íntimamente ligado a acciones y ritos personales, solo la casa está en condiciones de contar con un lenguaje propio el desarrollo de una

sociedad, de una época, de un período artístico, de una personalidad que de otro modo se perderían irremediablemente (Pavoni, 2012, p. 1).

Las casas museo que existen actualmente en el CHL son espacios que se encuentran mejor cuidados por estar en constante uso y son puestas en valor, además de contabilizar las visitas de público frecuente, haciendo de estas casas parte de la vida diaria de la ciudad. Dentro de este grupo de casas museo se encuentran la Casa Museo O'Higgins, la Casa Museo Riva Agüero y el Museo Naval Casa Miguel Grau.

Un punto positivo del CHL es su diversidad en cuanto a tipologías de casas museo que se pueden encontrar dentro de esta área, es decir, no todas son casas museo, pero tienen el potencial de serlo.

En su aparente semejanza, cada casa museo es portadora de una propia originalidad, no solo porque son diferentes las riquezas, los siglos, las sociedades y los fines con los cuales fue construida, sino también porque cada una es el resultado de las necesidades, de las expectativas y de las elecciones de la persona o de las personas que la han habitado, dando como resultado un rico patrimonio cultural material e inmaterial (Gil, 2021, pp. 4-10, 61).

3. Patrimonio

3.1. Definición

El patrimonio se puede definir como un producto que se hereda del pasado, que se recrea en el presente y que debería ser protegido para el futuro. También se puede decir que el patrimonio tiene tres divisiones: cultural, natural e inmaterial. Este "capital cultural" ayuda a la generación de identidad de una sociedad, tanto individual como colectiva, sirve como aglutinante de un territorio brindando carácter y apunta siempre a una gestión sostenible del patrimonio, otorgándole una conexión con la sociedad y evitando su pérdida con el paso del tiempo. Se debe reconocer que este bien cultural en cualquiera de sus manifestaciones se considera un bien "frágil" (UNESCO, 2014).

Al trasladar esta definición que ofrece la UNESCO, se puede mencionar sobre el CHL las tradiciones que guarda. Por ejemplo, la tradición peruana “La Casa de Pilatos” de Ricardo Palma; en esta leyenda o cuento popular, el escenario principal es la casa que lleva el mismo nombre, que hasta nuestros días sigue en pie. Esta es una muestra de cómo el CHL es una mezcla de patrimonio material e inmaterial, lo cual incrementa su valor ante el mundo. Sin perder de vista el gran valor del patrimonio para una sociedad, que se mantenga vigente en la vida social de la ciudad y, por ende, de sus ciudadanos. Como menciona Velasco (2009):

El verdadero valor del patrimonio es que sea reconocido como valioso por los miembros de la sociedad en la que está inserto. Esta conexión permite que los bienes mantengan su capacidad simbólica y transmitan los valores de las gentes a las que representan, aunque se haya modificado el uso original de los bienes de patrimonio. (p. 239)

3.2. Legislación

La primera protección del patrimonio, que proviene desde el estado, se desprende de la Constitución de 1993. En el Título I: De la persona y de la sociedad, Capítulo II: De los derechos sociales y económicos, Artículo 21.- Patrimonio Cultural de la Nación, se manifiesta:

Los yacimientos y restos arqueológicos, construcciones, monumentos, lugares, documentos bibliográficos y de archivo, objetos artísticos y testimonios de valor histórico, expresamente declarados bienes culturales, y provisionalmente los que se presumen como tales, son patrimonio cultural de la Nación, independientemente de su condición de propiedad privada o pública. Están protegidos por el Estado. (Const., 1993, art. 21)

Desde la legislación peruana, la ley que resguarda este patrimonio de la humanidad es la Ley N° 28296 o Ley General del Patrimonio Cultural de la Nación. En esta se

menciona que la propiedad, ya sea pública o privada, está sujeta a la protección y promoción por parte del estado por ser un patrimonio, como bien se manifiesta en su artículo V:

Artículo V.- Protección: Los bienes integrantes del Patrimonio Cultural de la Nación, independientemente de su condición privada o pública, están protegidos por el Estado y sujetos al régimen específico regulado en la presente Ley. El Estado, los titulares de derechos sobre bienes integrantes del Patrimonio Cultural de la Nación y la ciudadanía en general tienen la responsabilidad común de cumplir y vigilar el debido cumplimiento del régimen legal establecido en la presente Ley. El Estado promoverá la participación del sector privado en la conservación, restauración, exhibición y difusión de los bienes integrantes del Patrimonio Cultural de la Nación y su restitución en los casos de exportación ilegal o cuando se haya vencido el plazo de permanencia fuera del país otorgado por el Estado. (Ley 28296, 2007, p. 6)

Dentro de esta ley, en el Capítulo I, el patrimonio cultural de la Nación se clasifica en bienes materiales e inmateriales. Si bien las casas históricas son en primera instancia bienes materiales, no se debe dejar de lado que también forman parte del patrimonio inmaterial por ser, en algunos casos, escenarios de tradiciones y leyendas populares de la ciudad o legados familiares.

En esta misma ley se estipulan las obligaciones que tienen los propietarios de bienes inmuebles, entre las cuales está permitir el acceso de los investigadores que se encuentren debidamente identificados y, además, facilitar documentación histórica del inmueble para su correcto estudio y clasificación.

Integran el Patrimonio Inmaterial de la Nación, las creaciones de una comunidad cultural fundadas en las tradiciones, expresadas por individuos de manera unitaria o grupal, y que reconocidamente responden a las expectativas

de la comunidad, como expresión de la identidad cultural y social, además de los valores transmitidos oralmente, tales como los idiomas, lenguas y dialectos autóctonos, el saber y conocimiento tradicional, ya sean artísticos, gastronómicos, medicinales, tecnológicos, folclóricos o religiosos, los conocimientos colectivos de los pueblos y otras expresiones o manifestaciones culturales que en conjunto conforman nuestra diversidad cultural. (Ley 28296, 2007, p. 8)

3.3. Políticas Municipales del CHL

En el capítulo anterior se mencionó la legislación vigente que protege el patrimonio de manera general. Enfocándonos en el área que compete a este proyecto, se puede mencionar que la última política seguida para el manejo del Centro Histórico de Lima (CHL) fue aprobada por el gobierno del alcalde Alberto Andrade en 1998 y se terminó de cumplir en el 2008. Actualmente, existe un plan para la recuperación y puesta en valor del CHL: el Plan Maestro del Centro Histórico de Lima, que contempla una proyección al 2035. Esto se puede apreciar dentro del resumen ejecutivo *Plan Maestro del Centro Histórico de Lima al 2029 con Visión al 2035* (PROLIMA, 2019), donde se propone plantear mecanismos de gestión para la protección de inmuebles de valor histórico monumental, logrando que sean sostenibles y eficaces; actualizar un índice para el uso y normativas de los inmuebles para reducir el daño al patrimonio y potenciar los usos tradicionales; proteger los bienes culturales muebles ubicados dentro de los inmuebles del CHL; y desarrollar una gestión de peligros para prevenir la desaparición del patrimonio histórico. Estas son las políticas más importantes que se proponen en relación con salvaguardar estas casas históricas. Además, dentro de estas políticas se propone mejorar la transitabilidad y la habitabilidad para incrementar

la calidad de vida de los residentes actuales y fomentar la llegada de nuevos residentes.

Es importante recalcar que este esfuerzo por recuperar y hacer sostenible el CHL es un trabajo conjunto de varios organismos estatales y municipales, entre los que se encuentran el Ministerio de Cultura, el Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento, la Municipalidad Distrital del Rímac, la Municipalidad de Lima y el Instituto Metropolitano de Planificación (IMP).

4. Marco Teórico desde la Especialidad de Diseño

4.1. Museografía

Antes de hablar de la museografía debemos hablar de la museología, que como define (Alonso, 1999; Alonso, 1993; ICOM España, 2017, citados en Testón, 2018) la museografía corresponde a la ciencia que comprende el museo, es decir, su historia, normas y rol en la sociedad; mientras que la museología, corresponde a los saberes técnicos ligados a la conexión entre el objeto, sea este material o inmaterial, que se desea comunicar con el público, podemos decir que la museografía es la ejecutora de manifestar los saberes que la museología recoge. Ahora bien, dentro de la museografía, el diseño de la información puede ser abordado desde el diseño gráfico usando las herramientas que maneja para hacer el mensaje de la museología atractivo y que llegue de la manera más comprensible a sus receptores.

4.2. Patrimonio digitalizado

Como mencionaba la arqueóloga Martha Cabrera, la digitalización del patrimonio es un factor positivo para la promoción y conservación del legado patrimonial, la digitalización del arte y la cultura no es reciente, implica nuevos retos para los usuarios y también para los circuitos o instituciones culturales, como mencionan varios expertos (Burns, 2008; Castells, 2005,2010; Jenkins, 2006; Manovich, 2001; Sanderhoff, 2014,

citados en EVE Museos e Innovación, 2021) la digitalización de los bienes culturales genera la creación de repositorios digitales que proporcionan acceso a la información y se combinan con información netamente digital o en otras palabras se puede contextualizar el objeto digitalizado con más información disponible de manera virtual, esto hace que la información puede ser compartida, usada y reinterpretada por un conjunto de la sociedad más grande, lo que se puede denominar como cultura participativa, pero esta apertura a la digitalización también trae una sobrecarga de información, la cantidad de datos que se maneja llega a ser abrumadora, por esto el reto de los actores culturales al integrarse a la digitalización es filtrar la información y ofrecer a los consumidores de cultura, que a su vez dejan de ser solo consumidores para ser prosumidores, o lo que es lo mismo productor y consumidor, estos dejan de ser receptores de la información cultural para sumar como contribuyentes activos de la cultura, apropiándose la cultura para reinterpretarla, discutir, reflexionar o generar nuevo conocimiento y generación de significado desde un punto de vista personal y también colectivo. Esta generación de contenido está ligada a la accesibilidad del contenido que tengan los usuarios y la facilidad que tengan para apropiarse de la información y de compartir sus descubrimientos en redes sociales, generando nuevas ideas, haciendo del bien cultural parte de la vida de la ciudad en un nuevo ámbito como es el medio digital y su capacidad de ser compartido y al alcance de todos. Este patrimonio digitalizado, puede ser fuente de información que use la museografía para enriquecer su mensaje y hacer de este un mensaje de mayor alcance e impacto para los consumidores de cultura.

4.3. Realidad aumentada (RA)

La realidad aumentada se define como el conjunto de tecnologías que combinan la realidad con información virtual, dentro de esto se puede encontrar la geolocalización (GPS), visores de RA, cámaras de celular, pantallas, etc. Es

importante entender la diferencia entre realidad aumentada (RA) y realidad virtual (RV), la primera toma elementos virtuales y los incluye en la realidad; la segunda crea escenarios totalmente virtuales. (Grapsas, 2019)

La realidad aumentada como herramienta para enseñar y difundir patrimonio cuenta con larga data, en el ámbito museal, como menciona Torres:

“La Realidad Aumentada se incluye en los planteamientos museográficos más actuales, siendo las aplicaciones más recurrentes aquellas basadas en las denominadas interfaces tangibles de usuario (Ishii, 1997) que permiten manipular los diferentes modelos virtuales de las piezas como si fueran reales. Aquí la interacción se produce de una forma natural e intuitiva, y hace posible que el visitante se convierta en protagonista de la instalación y no solamente actúa como observador pasivo”

Gracias a esta tecnología se abre una nueva forma de interpretación del patrimonio, donde el usuario es partícipe. Las características de esta tecnología son: la portabilidad, la accesibilidad y lo didáctico que puede llegar a ser (Torres, 2011). La RA se puede clasificar de tres maneras: imágenes, espacio y lugares. La primera usa imágenes como marcadores (códigos QR) que lleven a la información en un ambiente virtual, la segunda usa elementos del espacio para resaltar sus características e información relacionada y la tercera usa el GPS de los dispositivos móviles para dar acceso a la información. (NEOSENTEC)

La RA como herramienta educativa y de formación también está siendo utilizada desde hace tiempo atrás, además la exploración de nuevas tecnologías para que sean herramientas que motiven el aprendizaje y lo refuercen, como menciona Iban (2017): “el uso pedagógico de la realidad aumentada (RA) como herramienta para obtener dos pilares fundamentales sobre los que se sostiene el día a día del aula:

motivación y aprendizaje.” Es importante recalcar que esta tecnología también puede ser utilizada para el aprendizaje autodidacta.

Para este proyecto se utilizaron dos de estas características, las imágenes y los espacios; los usuarios podrán acceder a un mapa del Centro de Lima, donde se ubiquen las casas para guiar su recorrido, una vez dentro de las casas, se usarán las imágenes que serán marcadores para acceder a la información.

4.4. Conceptos sobre UX/UI

La experiencia de usuario o UX por sus siglas en inglés, se puede definir según Lamprecht (2022) como la experiencia (interacción) que tiene el usuario con los productos o servicios que ofrece una empresa y todos los aspectos que esto incluya, se puede inferir que el diseño de UX no se limita a espacios digitales, sino que abarca más disciplinas que el diseño web o móvil, esta experiencia de usuario pasa por cuestionar la complejidad del producto o servicio que estemos desarrollando. Implica hacer pruebas de usuario para garantizar que nuestro producto o servicio cumpla su objetivo final o no.

Por otro lado, la interfaz de usuario o UI se ocupa de los elementos visuales, es decir; los colores, las formas, la tipografía, los íconos y que además de todo esto guarden coherencia con los demás elementos gráficos del proyecto, empresa o finalidad, asimismo de pertenecer a un ámbito más digital, en otras palabras:

... la interfaz es lo que se muestra en la pantalla, se emite por los parlantes, se imprime en la impresora, etc., sumado al conjunto de acciones que el usuario puede realizar utilizando el *mouse* y el teclado. Es la parte sensible (visible, tocable, audible) de la interacción (Mordecki, 2012, p.66)

Podemos concluir entonces que, UX y UI son dos campos de estudio que van de la mano para generar un producto digital que cumpla de manera eficaz los objetos de un proyecto digital, como puede ser un aplicativo móvil (app)

4.5. Fundamentos del diseño UX/UI

Los fundamentos de esta rama del diseño son descritos en siete facetas nombradas por Morville (2004), como un panal conformadas por las siguientes características: útil, usable, deseable, encontrable, accesible, creíble y valioso. Todas estas características conformar un buen producto o servicio, que busca satisfacer las necesidades de los usuarios.

Útil: este punto hace referencia a que el producto o servicio que se propone debe facilitar la resolución de un problema o una necesidad que tengan los usuarios.

Usable: no solo debemos quedarnos con que nuestro producto o servicio sea útil; tiene que ser fácil de usar para reducir la frustración y haciendo del producto o servicio algo eficiente al momento de usarse.

Deseable: Este punto apela al diseño centrado en el diseño emocional, que el producto o servicio guste a nuestros usuarios y que eso motive a usar lo que propone nuestro proyecto.

Fácil de encontrar (Findable): este punto se enfoca en la navegación, por webs o apps, y que los usuarios puedan entrar de manera fácil e intuitiva lo que busquen dentro de las plataformas las herramientas necesarias para completar las tareas que buscan realizar. Esto se logra comprendiendo los modelos mentales de los usuarios.

Accesible: del mismo modo que existen las rampas y ascensores para personas invalidas los diseños que se planteen deben considerar a todo tipo de personas, esto se plantean como buenas prácticas dentro del diseño UX/UI, al diseñar teniendo en cuenta a este tipo de personas se logra más alcance, por ende, más usuarios pueden acercarse al producto o servicio que se ofrece.

Creíble: los usuarios deben sentir confianza al usar el producto o servicio que se ofrece, esto depende de varios factores, se pueden mencionar experiencias pasadas,

el tono de la comunicación, el sector al que pertenece el producto o servicio también influye en la percepción de los usuarios.

Valioso: en este punto convergen dos aspectos importantes el servicio o producto debe ser rentable para el auspiciador y por otro lado debe aportar valor a la sociedad, con énfasis en su público objetivo, este valor puede ser monetario, cultural, social, etc. Esto depende los objetivos que se busquen en cada proyecto.

En cuanto al diseño UI, podemos tomar como referencia a las Leyes de la Simplicidad planteadas por John Maeda (2006), estas son: reducir, organizar, tiempo, aprender, diferencia, contexto, emoción, confianza, fracaso y The One. Estas leyes buscan generar mejores experiencias de usuarios disminuyendo la frustración y aumentando el valor del servicio o productor que se ofrece.

1. Reducir: *“la forma más sencilla de lograr la simplicidad es a través de una reducción reflexiva. En caso de duda, solo elimine. Pero ten cuidado con lo que eliminas”*, en este punto se busca un balance entre la facilidad de uso y la cantidad de cosas (herramientas) que se dan a los usuarios.
2. Organización: se busca reducir un sistema de muchas partes en agrupaciones, esto se logra siempre y cuando el número de categorías no supere al número de elementos a organizar. Podemos tomar como pregunta de guía *¿Qué va con qué?*, se puede interpretar esta característica como un ejercicio de reconocer patrones y agrupar conjuntos.
3. Tiempo: *“Los ahorros en el tiempo se sienten como simplicidad”* en este acápite el autor propone el método SHE (Shrink, Hide, Embody). Reducir el tiempo de espera mediante el adelanto de pasos del proceso necesario para completar una tarea. Esconder (Hide) este punto hace referencia a disimular el paso del tiempo en pantallas de carga necesaria para completar tareas. Encarnar hace

referencia a aparentar que todo va de manera adecuada, disminuye la frustración de una pantalla de carga “lenta”.

4. Aprender: para realizar una tarea es necesario saber las instrucciones por ende es fundamental enseñar al usuario, mediante la repetición e ir complejizando, este punto si bien contradice al punto tres, es más eficiente seguir las instrucciones y aprender, esto sobre todo al momento de interactuar con un nuevo producto o servicio, claro que para reducir esta brecha podemos tomar en cuenta las convenciones y acoplarnos a modelos mentales preestablecidos, para el uso de apps o webs.
5. Diferencia: *“La simplicidad y la complejidad se necesitan mutuamente”*. El autor menciona que en el sector de la tecnología la complejidad seguirá aumentando y es por eso que desatacar tu producto o servicio mediante la simplicidad es una buena estrategia de mercado, logrando diferenciarse mientras se aporta valor.
6. Contexto: *“Lo que se encuentra en la periferia de la simplicidad definitivamente no es periférico”*, los detalles son los que potencian la simplicidad y hacen que este sea más audible, visible o perceptible. Esta atención a los detalles hace que la experiencia con el servicio o producto sea memorable.
7. Emoción: Más emociones es mejor que menos emociones, esto implica que existe un mayor cuidado y cariño que ofrecen los usuarios por los objetos o servicios que usan y consumen, al diseñar interfaces u objetos sencillos ofrecemos a los usuarios que hagan suyas estas interacciones.
8. Confianza: generar la confianza de los usuarios para que estos se enfoquen en disfrutar del proceso, a eso se apunta con diseñar buscando la simplicidad, esto se logra mediante el conocimiento de los usuarios, depende de ellos hasta qué

punto confían en el producto o servicio que se ofrece, pero es deber de los diseñadores y empresas cultivar esa confianza.

9. Fracaso: se debe aceptar el hecho que algunas cosas no se pueden simplificar, pero en el intento de simplificar se pueden generar nuevos conocimientos y marcos de referencia para proyectos futuros u otros diseñadores, que buscan simplicidad o complejidad, como se mencionó antes, ambas facetas van de la mano.

10. The One: *“La simplicidad consiste en quitar lo obvio y añadir lo significativo.”* El autor termina sus leyes sugiriendo que en caso de duda volver a la ley número 1 y seguir desde ahí.

4.6. Diferencias entre apps móviles y páginas/aplicativos webs

La principal diferencia entre una app y una app web es su procedencia, la primera se descarga e instala en un dispositivo móvil generalmente desde una tienda de aplicaciones PlayStore (Android) o iStore en el caso de Apple; mientras que la segunda depende únicamente de un acceso a internet y de un navegador web, ambas presentan ventajas y desventajas. En cuanto a las ventajas las apps móviles, estas cuentan con acceso directo, usan mejor los recursos de los dispositivos móviles (Bluetooth, cámara, contactos, NFC); por su lado las apps web no ocupan espacio dentro de la memoria del celular o tableta digital, su mantenimiento es más sencillo ya que depende de las actualización del navegador y por último la persistencia de los datos de los usuarios se almacena en los mismos servidores que usa la app web para funcionar y entregar la información a los usuarios.

Ahora bien, existe una tercera opción denominada las PWA (Progressive Web Apps) estas aplicaciones web no se instalan directamente en el celular o dispositivo móvil, en este caso estos aplicativos pueden tener un acceso directo desde la pantalla principal esto se obtiene otorgando permisos desde el navegador del dispositivo, por

lo mismo no depende de una tienda de aplicaciones, el motor de navegación es la que les brinda sus funcionalidades, además que esta app puede ser utilizada de manera offline si se descarga la información previamente, en las últimas versiones se puede lograr que las aplicaciones PWA cuenten con notificaciones como una aplicación instalada desde una tienda virtual. (Montejo,2020.; Jiménez, n.d.)

Considerando que la app propuesta para este proyecto necesita de la cámara y GPS de los dispositivos móviles, es conveniente que sea una aplicación móvil nativa es decir una aplicación que se descargue desde una tienda virtual o en su defecto que se proporcione el APK para que los usuarios puedan instalarla directamente en sus dispositivos.

4.7. Métodos de validación

Para garantizar o mejorar la experiencia de los usuarios con productos digitales es necesario realizar pruebas o test con los usuarios finales del producto o servicio que se busca posicionar y/o difundir, estas se denominan pruebas de usabilidad en este objetivo podemos distinguir dos tipos de pruebas de usabilidad (Sauro & Lewis, 2016, como se citó en Morales-Vargas, 2023) “las formativas, orientadas a encontrar y solucionar problemas y las sumativas, destinadas a describir la usabilidad de una aplicación utilizando métricas de eficacia (task success), eficiencia (time on task) y satisfacción (post-task test y post-study test)” estas pruebas pueden ser realizadas en laboratorios, donde se acompaña a los usuarios pidiéndoles que completen ciertas tareas y preguntando su experiencia, es relevante mencionar que la logística de llevar a los usuarios a un espacio como laboratorios suele ser más tardado y los resultados pueden llegar a ser menos precisos, porque entre los mismos usuarios pueden influir en sus respuestas restándoles autenticidad es por eso que también se puede optar por hacer estas mismas pruebas de manera virtual. (Morales-Vargas, 2023)

Para llevar a cabo de manera virtual las pruebas de usuario se puede usar herramientas digitales como Figma, esta sirve para prototipar páginas web o aplicativos móviles; para monitorear y reunirse con los usuarios se usan plataformas de video llamada como Google Meet o Zoom. Estas pruebas de usuario ayudan a mejorar y lograr que el producto digital sea fácil de usar, que la información y su estructura sea comprensible por los usuarios.

5. Difusión del patrimonio

La difusión del patrimonio se entiende como las estrategias utilizadas para que la información expuesta del patrimonio llegue de manera eficaz y al mayor número de personas. Martín (1996) define la gestión cultural como una correcta exposición del patrimonio ante la sociedad para generar un vínculo estrecho entre el patrimonio y la sociedad. En esta tarea de difusión la mayor institución propaladora de patrimonio es indudablemente el museo a través de sus exposiciones, que logra mediante proyectos que deben buscar siempre una labor de investigación y conservación como primer paso antes de presentar el patrimonio al público. En este sentido PROLIMA implementa un Centro de Interpretación del Centro Histórico de LIMA, ubicado en la cuadra dos del jirón Áncash, que además es su local principal.

Al momento de difundir el patrimonio se tiene que tocar el tema de la relación entre el turismo y el patrimonio. Toda difusión desde el punto de vista económico parte por la industria del turismo, busca márgenes de ganancia siendo en algunos casos irresponsable al momento de cuidar el patrimonio provocando, en algunos casos la pérdida definitiva del patrimonio. Desde el punto de vista cultural mientras más personas visiten y conozcan del patrimonio expuesto, la sociedad pondrá todos sus recursos en la conservación de la manifestación cultural, de esto nace la necesidad

de educar para proteger correctamente el patrimonio. Se hace necesario encontrar un balance entre la cantidad de visitas y que al mismo tiempo no ponga en riesgo el patrimonio, tomando en cuenta que el turismo es una fuente de ingresos económicos para una naciente economía en los países en vías de desarrollo (Hernández, 2002). Según la profesora Martha Cabrera de la Escuela de Arqueología e Historia de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad San Cristóbal de Huamanga, una forma efectiva de difundir y motivar la asistencia a un museo es por medio de la virtualización porque "...virtualizar los museos tiene dos finalidades: 1) las personas que no puedan viajar o no pueden ir, virtualmente pueden ver; 2) mediante la digitalización se puede motivar a que las personas asistan físicamente al lugar." (M. Cabrera, comunicación telefónica. 25 de abril 2019)

Dentro de este proceso de lograr un balance entre la cantidad de visitantes sin poner en riesgo el patrimonio y aprovechar al máximo la información se encuentra el concepto denominada Interpretación del Patrimonio.

El principal promotor del patrimonio de la nación es el Ministerio de Cultura, este organismo del estado se encuentra obligado por Ley a fomentar la visita y el cuidado de estos espacios por ser considerados patrimonio cultural, pero el organismo dentro de este ministerio encargado específicamente de esta tarea es la Dirección General de Industrias Culturales y Artes, esta tiene como función principal, "Difundir y facilitar información útil y oportuna de alcance nacional para la promoción del consumo de industrias culturales, así como promover, y difundir las manifestaciones en artes en sus diversas expresiones." (Ministerio de Cultura, s/f).

El segundo ente encargado de la actividad económica ligada al turismo es el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), actualmente este organismo del estado no considera dentro de un circuito turístico al CHL como un espacio en su conjunto, esto genera un desorden al momento de difundir este patrimonio en esta

misma línea aún no se concreta la transferencia de funciones del MINCETUR a la Municipalidad Metropolitana de Lima, esta desorganización genera que al momento de promover la visita, la información que se encuentre sea escasa o esté dispersa, generando diferentes mensajes que no se encuentran en relación con los valores que se busca en promocionar el CHL. (PROLIMA, 2017, p.342-343)

5. Interpretación del Patrimonio

Esta metodología surge en Estados Unidos en el año de 1957 por encargo del Servicio Estadounidense de Parques Nacionales, ante la necesidad de mejorar la gestión de los visitantes y la eficacia de concientización sobre el medioambiente que poseen estos parques. Freeman Tilden (2009) publica *Interpreting Our Heritage* en este libro se aborda la metodología de cómo dirigirse al público mediante guías o exposiciones. Este libro destaca en tomar especial cuidado para desarrollar técnicas de comunicación y creación de mensajes que estén dirigidas especialmente al receptor. Estos procesos de comunicación fueron respaldados con teoría del aprendizaje, actualmente también se toma en cuenta la conducta humana para mejorar la gestión del espacio natural o patrimonial que se visita. (Ramos.s/f)

La Interpretación de patrimonio, hace referencia a la manera de presentar la información al público asistente, ya sea de manera escrita o por medio de audio, esta herramienta también contempla el soporte por el cual se transmite el mensaje, el medio físico esto en relación a cómo el público experimenta el recibir el mensaje que se desea transmitir, como menciona Morales puede haber tres maneras de definir la "interpretación" la primera está en relación con los expertos (arqueología, antropología, museología, etc.) y como estos interpretan los resultados de su trabajo de investigación; en la segunda parte de esta definición de "interpretación" recae en cómo esta información obtenida por los expertos es mostrada al público en general, es en este punto donde radica la importancia de esta herramienta dado que se intenta

hacer de esta transmisión, de esta información, una experiencia agradable y, sobre todo, duradera; en la tercera parte de la definición que propone Morales, se encuentra el público que asiste y cómo ellos interpretan finalmente toda la información, tratando en lo posible que la información se convierta en un significado importante y que sean los significados que se queden en cada visitante lo más parecida a lo que se quería transmitir (Morales,2016).Podemos concluir con la definición que ofrece Morales y Ham.

“La interpretación efectiva es un proceso creativo de comunicación estratégica, que produce conexiones intelectuales y emocionales entre el visitante y el recurso que es interpretado, logrando que genere sus propios significados sobre ese recurso, para que lo aprecie y disfrute” Morales y Ham (2008, s/n)

Los museos y la interpretación del patrimonio concuerdan en la búsqueda de educar y preservar el patrimonio, es en este campo que se busca una actitud positiva del visitante ante el patrimonio, estas actitudes positivas surgen a raíz del proceso de reflexión que se genera mediante la interpretación del patrimonio, esta generación de pensamiento no se logra mediante textos extensos o discursos que aburren y no invitan a la reflexión, se tiene que recordar que la asistencia a los museos se da en un tiempo de ocio y lo que motiva la asistencia a estos lugares no es necesariamente un impulso por aprender en palabras de Fernández Balboa.

“El museo es un espacio de educación no formal, por lo tanto, reúne dos condiciones especiales que justifican la aplicación de la interpretación y sus técnicas: cuenta con visitantes en su tiempo libre y posee objetos de valor patrimonial; es como si la interpretación estuviese hecha para el museo” (Balboa, 2015 citado en Morales, J, p.14)

La metodología que utiliza la Interpretación del Patrimonio se basa en tener un tema, pero lo que hará realmente efectivo que el mensaje cale en el público es la organización de la información, la relevancia y sobre todo lograr que la experiencia sea amena. El tema es el eje central de este proceso, este debe ser el punto central procurando que el visitante interprete en directa relación con el tema, es por esto que la estructura debe ser clara como en una oración con sujeto, verbo y predicado; destacando al verbo como lo esencial, es decir el tema debe ser contundente para obtener la atención del público. La organización debe ser lo más clara posible para que el receptor logre hacer las conexiones entre el mensaje con el menor esfuerzo posible. La interpretación debe ser relevante y para que sea relevante debe cumplir con dos aspectos: primero, debe ser significativo, es decir debe generar significado; a un mayor significado mayor será el interés por el público, el segundo aspecto que debe ser percibido como personal, esto quiere decir que debe ser relevante para la visitante a un nivel personal esto se logra agregando en el mensaje palabras que incluyen al receptor como parte del mensaje logrando una conexión emocional, como menciona Ramos(s.f.) : En resumen: el visitante sólo atenderá y dedicará sus energías a procesar lo que oye o ve si lo que le exponemos resulta atractivo para él.(p.72). Por último, la interpretación debe ser amena, lograr que el mensaje sea agradable y cautivador, es decir que el mensaje sea más digerible por el público esto va desde, cómo se transmite el mensaje y la forma, en el cómo; se contempla utilizar un lenguaje simple, mostrar causa y efectos, entre otros; y en la forma, se planea el soporte y la estética que se implementa como soporte para el mensaje.(Morales,2015)

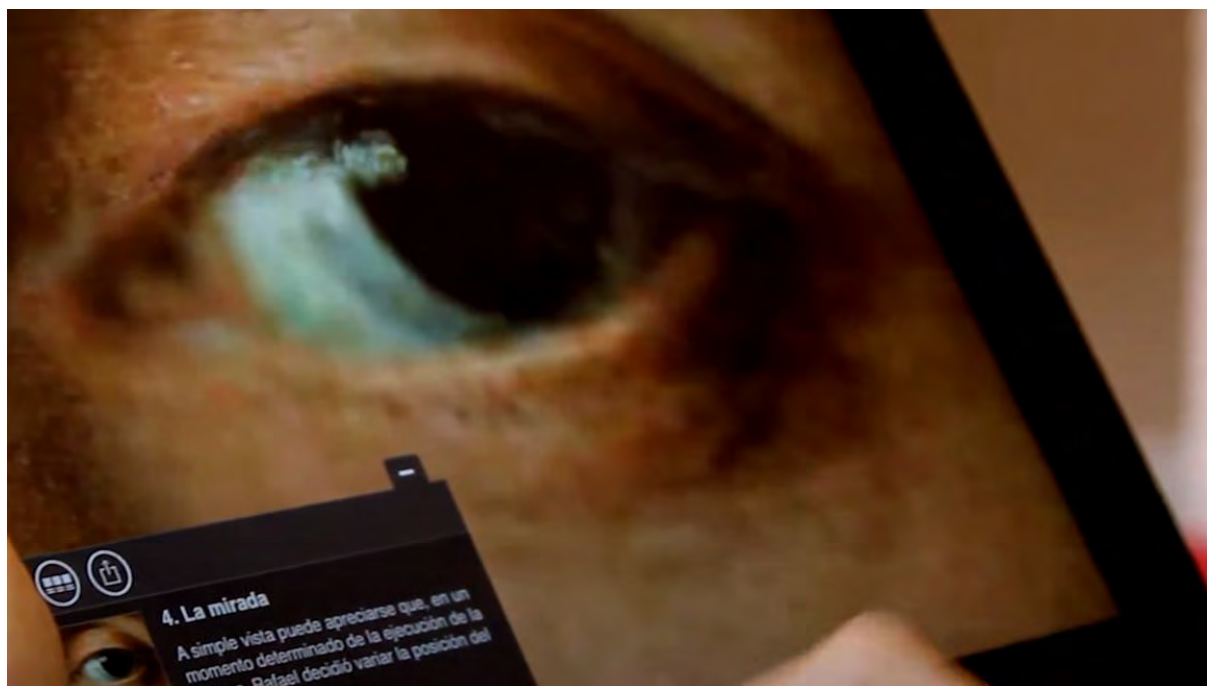
7. Estado del arte

7.1. Contexto Internacional

7.1.1. App móvil Second Canvas (MUSEO DEL PRADO)

Esta app móvil (teléfono o tablet) ofrece la posibilidad de conocer más al respecto de personajes y técnicas que se utilizaron o curiosidades de algunas de sus obras más representativas, esta interfaz presenta imágenes de alta resolución con la posibilidad de ver secciones de la obra más de cerca (super zoom) para apreciar los detalles y también una opción para ver los cuadros con rayos x, esto permite ver detalles ocultos en el lienzo, estas características aprovechan la realidad aumentada. Esta interfaz sirve tanto al momento de visitar el museo como al estar fuera del mismo, también ofrece audio guías y signo guías, de esta manera se brindan nuevas experiencias a los asistentes al museo y posibilita atraer visitantes nuevos.

Figura 7. App Second Canvas Museo Nacional del Prado



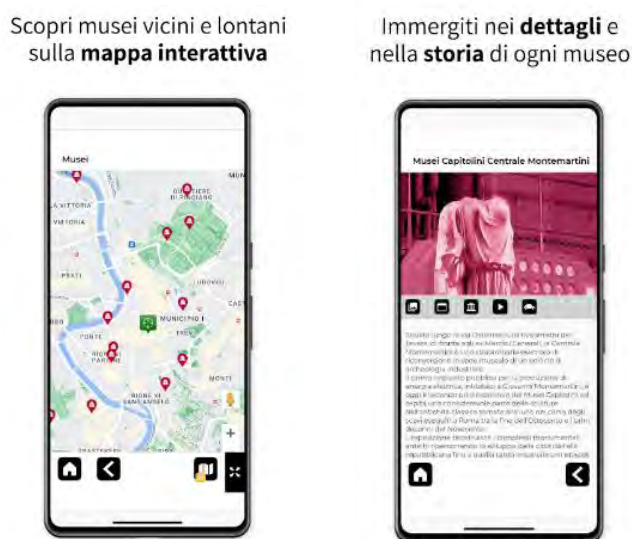
Nota: Fuente: Canal de Youtube – Museo Nacional del Prado

7.1.2. Mic Roma

Esta app es desarrollada por el Proyecto Cultural Zétema, esta oficina se encarga de las actividades y consumo cultural de la ciudad de Roma, recoge información sobre

los museos in comune (museos municipales) de la ciudad de Roma, ofrece galerías de obras destacadas que puedes encontrar en los museos, mapa interactivo para ubicar los museos cercanos a tu posición; información actualizada sobre precios, horarios y actividades, además de contar con guías y narraciones, todo esto de manera gratuita tanto en italiano como en inglés.

Figura 8. Pantallas de la App Mic Roma



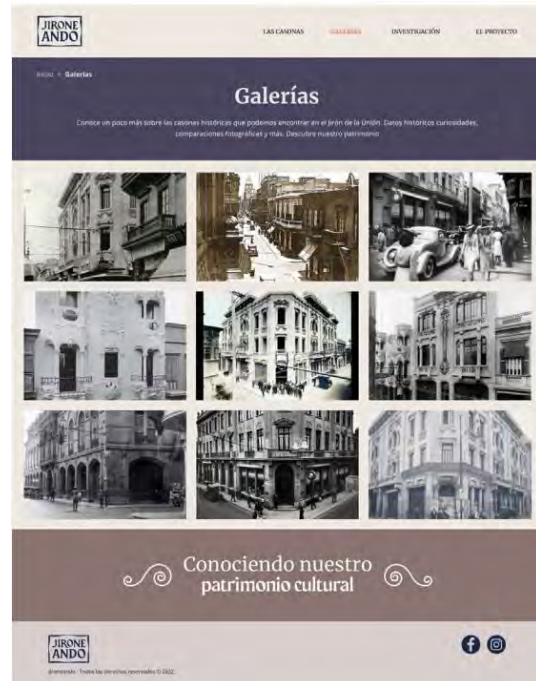
Nota: fuente de la imagen Google Play

7.2. Contexto nacional

7.2.1. Jironeando

Este proyecto se desarrolla en el Jirón de la Unión ubicado en el Centro Histórico de Lima, es una página web que busca revalorizar el patrimonio cultural mediante una plataforma multimedia que permite replantear una forma nueva de investigar y comunicar el patrimonio que se encuentra en este jirón, siendo de libre acceso tanto para personas que visitan el centro de la ciudad como a los interesados en saber más sobre el patrimonio de la ciudad de Lima.

Figura 9. Vistas de la web Jironeando



Nota: fuente de la imagen <http://hdl.handle.net/20.500.12404/22618>

7.2.2. Propuesta digital del Museo de Arte de Lima (MALI)

La propuesta del MALI ofrece herramientas digitales para brindar información y recorridos interactivos de las obras que estén en exposición en ese momento, también están implementando paneles interactivos frente a algunas pinturas de su exposición permanente que sirven para mostrar información mediante análisis infrarrojos que muestran detalles ocultos, el proceso de restauración y análisis de composición e influencias en otros artistas, todo este material didáctico sirve para acercarse al público generando interés por la obra. Además de contar con un panel que brinda acceso a la web, dado que muchas de las obras que no se encuentran en exposición, están digitalizadas para que el público pueda acceder a ellas.

Figura 10. Módulo interactivo MALI

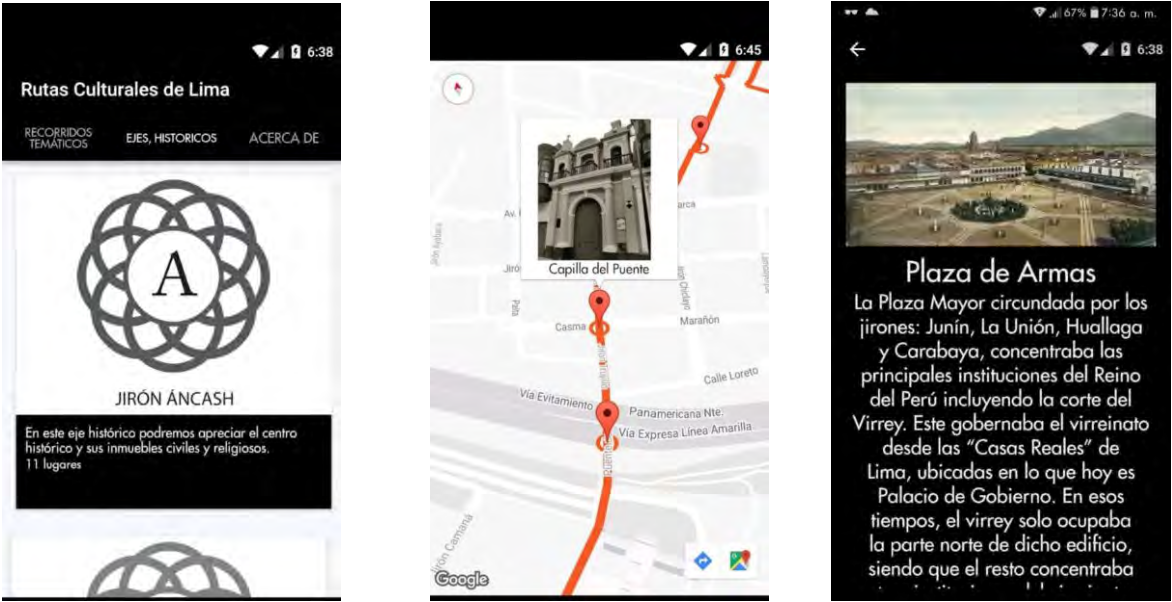


Nota: Fuente de la imagen canal de Youtube - TEC

7.2.3. App rutas de Lima Universidad Inca Garcilaso de la Vega

Esta app aglomera rutas temáticas dentro del Centro Histórico de Lima, estas rutas ofrecen un panorama de los cambios por los que atravesó el centro de Lima, estas rutas se dividen en: Demoliciones, Virreyes, Alamedas, Paseos, Huatica, Canales de Lima y Gran Ruta de Lima. Ofrece un recorrido mediante un mapa virtual que guía y expone información sobre los monumentos y construcciones de manera general.

Figura 11. Pantallas de la app Rutas de Lima



Nota: fuente de la imagen App Rutas de Lima.



CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

La metodología de investigación a través del diseño aplicada a este proyecto es de naturaleza mixta, en la que se combinan enfoques cualitativos y cuantitativos para obtener una comprensión integral del problema. A partir de esta metodológica se busca fortalecer la validez y confiabilidad de los hallazgos.

1. Enfoque cualitativo:

- **Exploración y mapeo en terreno:** Se realizó un recorrido detallado por el Centro Histórico de Lima (CHL) en el que se llevó a cabo un mapeo de las Casas Históricas. Durante este recorrido se identificaron centros de interpretación institucional (por ejemplo, el centro de interpretación de PROLIMA) y se verificó el estado de conservación de los edificios, así como la existencia de espacios culturales activos (como el Teatro Municipal, La Casa de la Literatura Peruana y la Plaza San Martín).
- **Entrevistas a expertos:** Se efectuaron entrevistas semiestructuradas con expertos en patrimonio cultural, historia y diseño, cuyas aportaciones permitieron profundizar en la contextualización histórica de las casas y en la identificación de los elementos que las hacen valiosas. Estas entrevistas aportaron una visión cualitativa sobre la relevancia de la musealización digital y su potencial impacto en la difusión del patrimonio.

2. Enfoque cuantitativo:

- **Encuestas a ciudadanos:** Para sustentar la hipótesis sobre el desconocimiento del patrimonio, se aplicaron encuestas en puntos de alto tránsito peatonal dentro del CHL. Las encuestas permitieron recolectar datos cuantitativos sobre el nivel de conocimiento y valoración que tiene el público (ciudadanos, universitarios, etc.) respecto a las

casas históricas. Se recopiló información estadística, cuyos resultados (ver figura 17) ayudaron a identificar patrones y necesidades en la población objetivo.

- **Análisis documental:** Adicionalmente, se revisaron fuentes bibliográficas y documentos históricos, como el libro “Guía de arquitectura y paisaje de Lima y el Callao”, que permitió identificar las casas por épocas y destacar a los "vecinos ilustres". Este análisis documental corrobora y complementa la información obtenida mediante las encuestas y entrevistas.

Con esta metodología mixta se logra no solo documentar el estado actual y la valoración del patrimonio, sino también entender las necesidades y percepciones de los actores involucrados (ciudadanos, autoridades y universitarios), lo cual resulta decisivo para diseñar una aplicación móvil que responda a las problemáticas identificadas.

1. Descripción de los Actores

Los actores involucrados son: las autoridades responsables del Centro Histórico de Lima (Municipalidad de Lima Metropolitana y el Ministerio de Cultura de Perú), los universitarios, los vecinos del CHL, los visitantes, que a su vez se dividen en personas que trabajan y que visitan ocasionalmente el CHL y las empresas comerciales que usan los espacios de esta zona.

El primer actor, las autoridades, son los organismos a cargo del CHL este viene a ser PROLIMA, entidad ligada a la Municipalidad Metropolitana de Lima que trabaja en conjunto con la Municipalidad del Rímac y entidades como el Ministerio de Cultura, o de Vivienda en el aspecto de protección y restauración de los inmuebles, este ente se encarga de investigar, clasificar, preservar y difundir el CHL.

Como segundo actor, los universitarios, son personas entre las edades de 18 a 25 años aproximadamente, buscan espacios y actividades culturales, están dispuestos a caminar y movilizarse por la ciudad, en su mayoría recorren espacios culturales en grupos, procurando que sean lugares de libre acceso o gratuitas.

Como tercer actor, se encuentran las personas que viven dentro del CHL, estos vecinos son las personas que se ven más afectados por el deterioro de esta parte de la ciudad, registrando colapsos de estructuras afectadas por el paso del tiempo, incendios; muchas veces ocasionado por conexiones clandestinas o mal elaboradas, y el escaso mantenimiento.

Como cuarto actor involucrado, se encuentran los visitantes al CHL, en este grupo se pueden diferenciar a dos grupos de personas, las que acuden a esta zona por motivos de trabajo y las que los hacen por recreación, en este último grupo se encuentran las personas de entre los 18 a 25 años, jóvenes que buscan actividades culturales.

Como quinto actor, se encuentran las empresas o personas dedicadas al sector comercial (restaurantes, bares, centros comerciales, ópticas, etc.), en su mayor parte estas empresas consideran un lugar idóneo para realizar su actividad comercial, esto se puede atribuir a diferentes factores entre los más relevantes podemos mencionar la cercanía con avenidas de alto tránsito como la Av. Abancay o Av. Grau, además que dentro de esta zona se encuentra la zona comercial de Mesa Redonda, también el jirón de la Unión y las calles aledañas, en este afán de conseguir un espacio en estas calles de gran tránsito incurren en la ocupación apresurada de las casas, sin prestar atención, si el predio que están alquilando cuenta con las instalaciones

adecuadas de electricidad o si la infraestructura soportará el constante tránsito de personas, acelerando el deterioro y/o pérdida ocasionada por incendios o derrumbes.

Figura 12. Procedencia de los usuarios del centro de Lima.

2. ¿Usted vive, visita o trabaja en el centro de Lima?



Público objetivo. El actor que se escogió como público objetivo del proyecto, son las personas que visitan el CHL, más específicamente el sector que busca recreación, dentro de este grupo se encuentran los universitarios o personas que tiene una motivación de consumir nuevas experiencias culturales o de descubrir estos espacios, las edades de este sector van desde los 18 a 25 años, suelen hacer actividades en pareja o junto con amigos y son consumidores habituales de actividades culturales como bien demuestra un estudio desarrollado por el MALI, el cual menciona que la mayor proporción de personas que visitan museos o centros expositivos son jóvenes.

Figura 13. Rango de edades en puntos focales del centro de Lima.



Made with VISME

Además, se observó que de cierto modo este sector de la población, usan de manera frecuente la Casas de Literatura Peruana o el malecón Chabuca Granda lugares muy concurridos por este grupo de personas. La Casa de la Literatura es un punto de estudio o sala de lectura, a manera de una biblioteca, mientras que el malecón Chabuca Granda se encuentran además del público objetivo, familias y adultos que se entretiene con los diferentes espectáculos que ahí se desarrollan.

El estudio realizado por el MALI en el libro “Hacia un museo sostenible: oferta y demanda de los museos y centros expositivos de Lima” (2018), menciona que, la mayoría de las personas de este rango de edad dentro del perfil social describe a los visitantes de museos como interesados de las actividades culturales por considerarlas divertidas y que esta debería de ser accesible para todo el mundo. Pertenecen a un sector de nivel socioeconómico (NSE) alto y en su mayoría son estudiantes universitarios (p.162) Estos resultados se corroboraron con las encuestas realizadas en una muestra de 35 personas en la presente investigación.

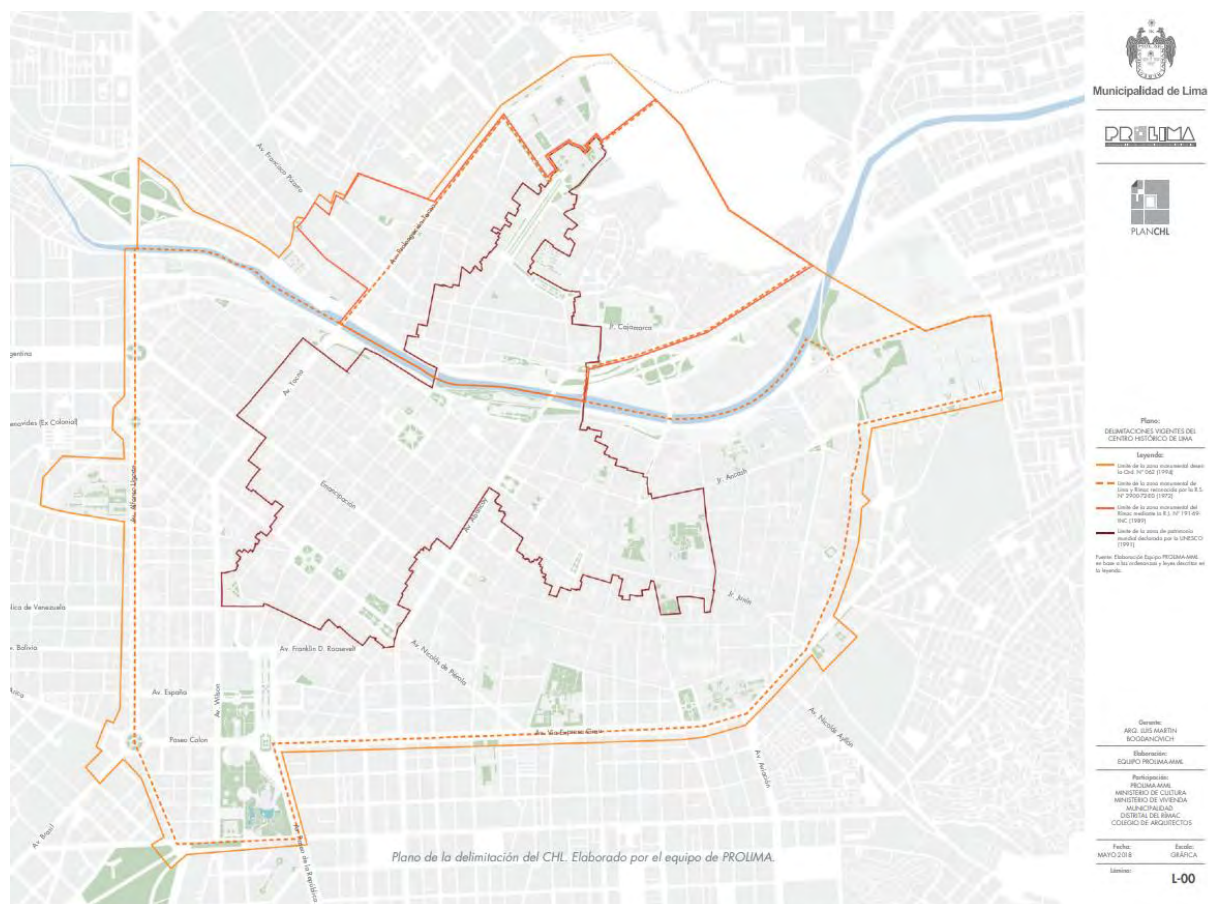
Es importante recalcar que en el mismo estudio realizado por el MALI, se menciona que la mayoría de los visitantes al CHL exigen más actividades culturales gratuitas, este panorama es ideal para activar las casas históricas como nuevos espacios culturales por explorar, pero sin afectar de manera negativa la estructura de la casa o dejar de lado la historia de quien en ella vivió, para solo resaltar su belleza arquitectónica, es una mejor opción rescatar ambas partes que se complementan, para lograr que la casa logre ser autosuficiente.

Es importante recalcar que este tipo de enfoque es más viable con respecto a la gentrificación que atraviesa CHL, esto sumado al reclamo y constante búsqueda de actividades culturales. El sector privado en conjunto con el sector público podría llegar a acuerdos para la preservación y uso de las casas generando un beneficio para ambas partes y en consecuencia para la ciudadanía.

2.Descripción del Campo

Para delimitar el campo de estudio, se tomó en cuenta los límites que se plantean en el documento presentado por PROLIMA (Plan Maestro del Centro Histórico de Lima), donde se delimita las áreas de intervención del Plan Maestro, para este proyecto se tomaron como casas de estudio las ubicadas en la zona delimitada por la UNESCO en 1991, por estar más próximas a la plaza de armas de la ciudad y su acceso preferentemente peatonal, esto sumado a que dichas casas cuentan con un acceso al público en general, estos datos se recolectaron con observación participante y por difusión de las propias administraciones de cada casa.

Figura 14. Delimitaciones vigentes del Centro Histórico de Lima.



Nota: fuente de la imagen PROLIMA

3. Métodos y Herramientas

3.1 Metodología de la Conceptualización

Para iniciar a conceptualizar el proyecto se partió por la elaboración de un mapa mental dividido en dos partes, en la parte superior se colocó el problema encontrado y en la parte inferior al público objetivo, como línea divisora entre estos dos campos se colocó el objetivo de la investigación de manera resumida, se procedió a colocar palabras clave en cada campo para posteriormente extraer palabras relacionadas entre el problema y el público objetivo, más específicamente verbos que formen parte del problema y para el público objetivo verbos que los describan, para el problema se extrajo verbos relacionados al estado actual del Centro de Lima y su valor como patrimonio cultural e histórico; para el público objetivo se observó su comportamiento

y sus características, además de constatar estas características mediante encuestas realizadas en espacios del CHL.

Figura 15. Mapa mental para desarrollar el concepto del proyecto.



De esta actividad se eligieron las siguientes palabras para trabajar con el concepto del proyecto: Arquitectura, ver, exploradores, activos. Se trabajó con estos conceptos porque el público objetivo está más dispuesto a explorar, estar en actividad y no limitarse a solo recibir la información considerándolos unos exploradores de la ciudad y su riqueza histórica a través de su arquitectura y detalles dentro de las mismas estructuras que sirven para contar parte de la vida de los personajes históricos que en ellas vivieron o formaron parte de sus familias.

Para el nombre del proyecto se tomó en cuenta en cuenta el objetivo, el cual consiste en dar visibilidad al valor histórico del centro de Lima esto implica, tanto las construcciones como las personalidades que aquí vivieron, es por esto que se consideró que el nombre: “Vecinos Ilustres: Casas del Centro Histórico de Lima”

resume el concepto del proyecto, dado que nos centramos en las personalidades apelando a un pasado histórico muy rico y a las construcciones, que son las casas que habitaron, construyeron o remodelaron.

Para obtener los recursos gráficos para el proyecto se elaboró un moodboard, tomando como guía los conceptos que representa al público objetivo además de la pérdida, exploración de espacios y memoria.

Figura 16. Moodboard.



De este moodboard se extrajo la paleta de color, primando los colores oscuros y terrosos más un color, para que sirva de énfasis, la tipografía para la construcción toma inspiración del tipo presente en las fachadas de algunos predios históricos de Lima, como la Casa de la Gastronomía Peruana o La Casa de la Literatura Peruana presentando una tipografía palo seco con serif, la ornamentación a manera de florituras proviene del trabajo en hierro de las ventanas y balcones presentes en las fachadas de las casonas coloniales como: la Casa Riva Agüero, ahora Instituto Riva

Agüero (IRA); la casa Fernandini o de la casa Osambela, entre otras. Una vez planteado el nombre para el proyecto se procedió a elaborar el logo de este, con los recursos extraídos del moodboard.

3.2. Metodología de la Validación

Con el objetivo de validar este proyecto, se evaluó la información contenida en la aplicación mediante pruebas interactivas basadas en modelos desarrollados en Figma. Esta herramienta permitió simular la experiencia de uso, centrándose en validar lo atractivo visualmente y la facilidad de navegación, es decir, la utilidad de la aplicación, sin examinar aspectos técnicos como errores o bugs, propios de una versión final. Paralelamente, el prototipo fue sometido a la valoración de expertos en diseño gráfico, quienes aportaron observaciones sobre la composición visual y la coherencia estética del interfaz. Dado el enfoque museográfico del proyecto, se contó también con la participación de un docente universitario de historia, encargado de corroborar la precisión y relevancia del contenido de la aplicación móvil (prototipo).

CAPÍTULO IV: PROYECTO

1. Concepto

El proyecto “**Vecinos Ilustres, casas históricas de Lima**” desarrolla el concepto de descubrimiento o redescubrimiento de la riqueza patrimonial del CHL mediante una aplicación móvil donde se involucre al usuario (público objetivo) a través de una búsqueda del tesoro de datos curiosos sobre las casas y personajes históricos, que irán revelando su historia con ayuda de recursos museográficos (fotografías, modelos 3D y líneas de tiempo), esto para promover su visibilización, ayudando a mejorar las condiciones de su recuperación y evitar la pérdida de patrimonio cultural, tanto material como inmaterial. Con esta herramienta se busca el acercamiento de las casas con el público objetivo, fomentando una interpretación propia de cada usuario de esta aplicación, motivando la exploración del CHL mediante un mapa que muestre las ubicaciones de los predios que se pueden explorar, revalorando su importancia histórica ante la sociedad promoviendo el turismo, además de proponer una actividad lúdica que puede ser realizada de manera individual o en compañía.

2. Justificación del proyecto

¿Cómo dar a conocer el Centro Histórico de Lima? Como parte del plan (PROLIMA) para recuperar esta parte de la ciudad, primero; es relevante conocer su importancia para que en el futuro el mantenimiento sea constante y por ende de mayor interés, en este aspecto el autor Tanner (2016) mencionara cinco valores atribuidos a herramientas digitales: valor de utilidad, valor de prestigio y/o existencia, valor educativo, valor comunitario y valor de legado/herencia.

Tabla 2. Valores atribuidos a herramientas digitales propuestas por Tanner

<p>Valor de utilidad: las personas valoran la utilidad que se brinda mediante el uso de los recursos digitales ahora o en el futuro.</p>
<p>Valor de existencia y / o prestigio: las personas obtienen valor y se benefician de saber que las personas que viven dentro y fuera de su comunidad aprecian un recurso digital. Este valor existe independientemente de que el recurso se utilice personalmente o no.</p>
<p>Valor de la educación: las personas son conscientes de que los recursos digitales contribuyen a su sentido de la cultura, la educación, el conocimiento y el patrimonio de otras personas y, por lo tanto, valorarlo.</p>
<p>Valor comunitario: las personas se benefician de la experiencia de ser parte de una comunidad que ofrece el recurso digital.</p>
<p>Valor de herencia / legado: las personas obtienen beneficios de la herencia transmitida hasta ellos y la satisfacción del hecho de que sus descendientes y otros los miembros de la comunidad podrán disfrutar en el futuro de un recurso digital si así lo quieren.</p>

El valor principal de este proyecto es la educación, ya que busca informar a los usuarios sobre el patrimonio histórico y cultural del Centro Histórico de Lima (CHL). Para lograr este objetivo, se propone valorizar el patrimonio mediante la musealización de las casas ubicadas en esta área de la ciudad. Como primer paso hacia esta meta a largo plazo, es fundamental organizar la información de manera sistemática y entretenida.

En esta línea, se propone usar una aplicación móvil llamada Vecinos Ilustres: Casas Históricas del Centro de Lima, que brindará información sobre las casas históricas,

esto no solo para exponer la información sino como repositorio digital, sirviendo de respaldo para que la información no se pierda en su totalidad.

La elección de este medio responde al perfil de los visitantes del CHL, quienes suelen buscar experiencias novedosas. La aplicación utilizará la cámara integrada en los dispositivos móviles para capturar marcadores que desbloquearán información, operando como una especie de "búsqueda del tesoro". Este modelo se inspira en herramientas interactivas empleadas en museos como El Prado y el MALI, extendiendo su aplicación a un área más amplia y añadiendo un componente lúdico. Este enfoque gamificado tiene como objetivo atraer al público joven, presentando temas históricos de manera dinámica y relevante en un entorno saturado de estímulos. Asimismo, ofrece la oportunidad de descubrir nuevas narrativas y aspectos históricos de la ciudad de Lima que a menudo pasan desapercibidos.

Adicionalmente, el Centro de Interpretación del Centro Histórico de Lima, a través de un análisis FODA realizado por Deza (2020) para el proyecto PROLIMA, destacó la necesidad de mejorar la difusión de actividades culturales gratuitas en redes sociales y la señalización del propio Centro de Interpretación, ubicado en Jr. Áncash cuadra 2, cerca de la Casa de la Literatura Peruana. Este proyecto encuentra una oportunidad al abordar estos desafíos mediante la aplicación móvil, que podría integrarse como un aliado estratégico del Centro de Interpretación. En esta colaboración, el Centro de Interpretación proporcionaría el contenido informativo, mientras que la app se encargaría de su difusión, facilitando el acceso a los usuarios.

La aplicación incluirá una sección de noticias con enlaces directos a sitios web, publicaciones en Facebook o Instagram de las actividades culturales y de ocio desarrolladas en el CHL. De este modo, se incrementará el alcance y la participación en estas actividades a lo largo del año.

3. Objetivos del proyecto

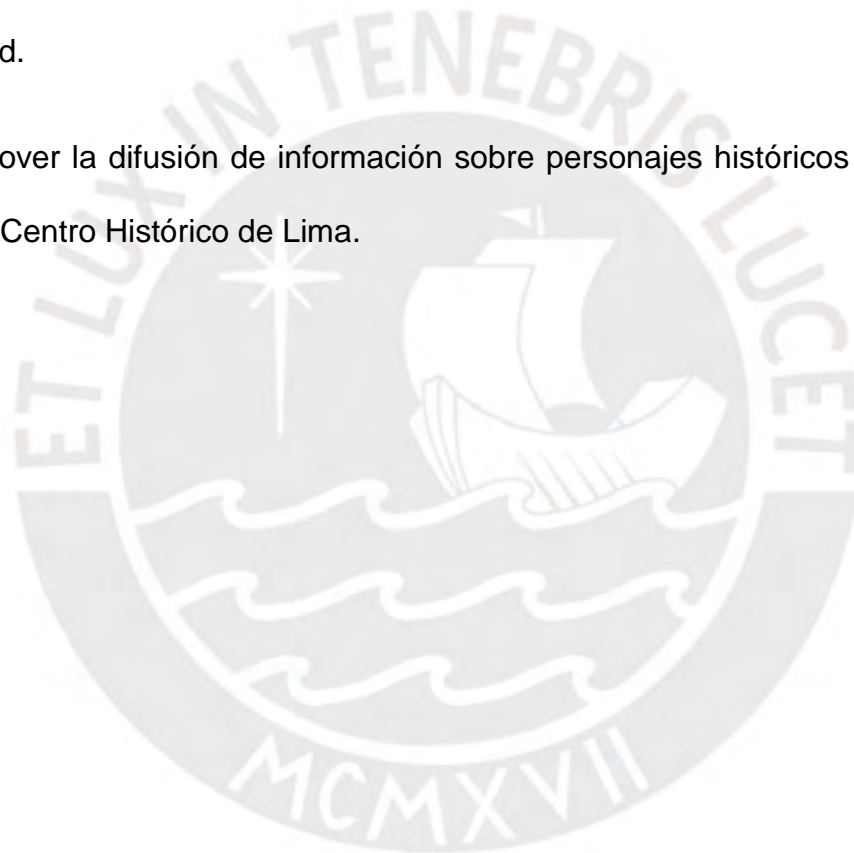
Objetivo principal

Dar a conocer las casas históricas del Centro Histórico de Lima mediante una aplicación móvil para los visitantes de espacios culturales entre 18 a 25 años.

Objetivos secundarios

Fomentar la recuperación y uso de espacios culturales en el Centro Histórico de Lima, generando interés de los visitantes y usuarios de este espacio de la ciudad.

Promover la difusión de información sobre personajes históricos que vivieron en el Centro Histórico de Lima.



4. Descripción del Público Objetivo

Figura 17. Malecón Chabuca Granda y Casa de la Literatura Peruana.



Dentro de este público el rango de edad va desde los 18 a 25 años, son personas que buscan actividades recreativas y culturales, además de estar dispuestos a explorar nuevos espacios, exigen más actividades culturales dentro de esta zona de la ciudad. La mayoría de este público son estudiantes universitarios que pertenecen al NSE alto, es decir tiene ingresos suficientes para cubrir entretenimiento y reuniones sociales, según las conclusiones del libro Hacia un Museo, oferta y demanda de los museos y centros expositivos de Lima, el 32% de los visitantes encajan dentro del perfil “social” es decir jóvenes que asisten a este tipo de espacios culturales o con valor cultural de manera grupal y que comparte sus experiencias mediante tecnologías (redes sociales) (p.221) es importante señalar que no solo se usan los espacios culturales

para ocio, sino también como espacios de estudio haciendo de estos más cercanos con el público objetivo de este proyecto. Para definir mejor al público objetivo y ayudar al desarrollo de la app se plantea la siguiente, ficha de “persona”, se puede definir esta herramienta de diseño UX, como una síntesis de información clave recopilada a través de investigaciones; como entrevistas, encuestas y análisis del comportamiento digital para construir un perfil representativo del usuario promedio que usará la app.

Ficha de Persona:

- **Nombre:** Valentina Rojas
- **Edad:** 21 años
- **Género:** Femenino
- **Ocupación:** Estudiante universitaria de Diseño Gráfico
- **Ubicación:** Lima, Perú
- **Perfil General:**

Valentina es una joven apasionada por el arte y la cultura. Estudia Diseño Gráfico y tiene un fuerte interés en descubrir nuevos espacios culturales. Le encanta explorar el Centro Histórico de Lima, especialmente en fines de semana, y disfruta de experiencias interactivas que le permitan aprender sobre la historia y la arquitectura de la ciudad. Es activa en redes sociales, donde comparte sus descubrimientos y experiencias culturales.

- **Objetivos y Metas:**
 - Descubrir y visitar espacios culturales alternativos dentro del Centro Histórico de Lima.
 - Ampliar su conocimiento sobre la historia y la arquitectura de las Casas Históricas.
 - Compartir sus experiencias y descubrimientos en redes sociales para incentivar a otros a explorar la ciudad.
- **Necesidades:**
 - Contar con acceso a información clara y actualizada sobre el valor patrimonial de las Casas Históricas.

- Disfrutar de una experiencia digital intuitiva e interactiva que combine elementos visuales (como imágenes, videos y códigos QR) con contenido histórico.
- Una interfaz amigable que le permita descubrir y aprender sin dificultades.
- **Frustraciones:**
 - La falta de difusión adecuada y la limitada valorización de los espacios culturales en el Centro Histórico de Lima.
 - Interfaces complejas o poco adaptadas al uso de dispositivos móviles que dificulten el acceso a la información.
 - La ausencia de experiencias interactivas que conecten el patrimonio histórico con las nuevas tecnologías.
- **Comportamiento Digital:**
 - Utiliza su smartphone para buscar información, descubrir eventos culturales y compartir sus vivencias en redes sociales (Instagram, TikTok, Facebook).
 - Se siente atraída por aplicaciones que integren experiencias interactivas y multimedia, y valora aquellos productos digitales que combinan una estética agradable con usabilidad.
- **Canales Favoritos de Comunicación:**
 - Redes sociales (Instagram, Facebook, TikTok) para descubrir actividades culturales y seguir cuentas relacionadas con el patrimonio.
 - Aplicaciones móviles que ofrezcan experiencias interactivas y que faciliten su conexión tanto con la historia como con la cultura local.

Basada en la ficha persona de “Valeria” se procedió a la elaboración de la propuesta de valor, esta herramienta de diseño UX ayudó a tener en cuenta las necesidades y puntos de dolor, que podrían tener la gran mayoría de usuarios. La tabla a continuación relaciona los puntos de dolor o necesidades del usuario, las funcionalidades específicas de la app que responden a dichas necesidades y los beneficios clave que se obtienen.

Tabla 3. Tabla de propuesta de valor de la app.

Necesidad/Problema del Usuario	Funcionalidad de la App	Beneficio Clave
<i>Falta de acceso a contenido cultural interactivo</i>	Recorridos interactivos mediante códigos QR y marcadores digitales en ubicaciones estratégicas dentro de las casas del CHL	Transforma la visita en una experiencia educativa y lúdica, permitiendo al usuario descubrir datos históricos de forma dinámica.
<i>Recursos digitales dispersos poco intuitivos que dificultan la exploración</i>	Diseño de interfaz limpio, centrado en el usuario, ofrece tres puntos de interés: Casas, Mapa y Noticias	Facilita la navegación y reduce la frustración, incrementando la satisfacción y la usabilidad de la app.
<i>Desconocimiento del valor histórico y arquitectónico de las Casas Históricas del CHL</i>	Integración de contenido curado y validado (imágenes, videos, textos) obtenido de fuentes confiables y consultadas, presentado de forma organizada y atractiva.	Conecta emocional y cognitivamente al usuario con la historia y el patrimonio cultural del CHL.

En resumen, “Vecinos Ilustres” se posiciona como la herramienta digital que, a partir del entendimiento de las necesidades y expectativas de sus usuarios (como se ilustra en la ficha de persona de Valentina), convierte una simple visita a los espacios históricos en una experiencia interactiva, inmersiva y significativa, al mismo tiempo que contribuye a la difusión y valoración del patrimonio cultural en el Centro Histórico de Lima.

5. Etapas del proyecto

5.1. Rutas por calles

Figura 18. Croquis de la ubicación de los predios que serán visibles en la app.



Figura 19. Rutas temáticas divididas por calles.



Para este proyecto se propone rutas temáticas divididas por calles, al ser el Centro de Lima un damero, las rutas propuestas son rectas y de fácil ubicación. Se toma como eje central el jirón de La Unión, que es totalmente peatonal, estas rutas son

designadas con los nombres de las calles, por ejemplo: ruta Nicolás de Piérola, ruta Ocoña, ruta Moquegua, ruta Emancipación, ruta Huancavelica, ruta Ica, ruta Callao y ruta Puno; para este proyecto se escogió la ruta Ica, los predios ubicados en esta ruta son: casa Fernandini (jirón Ica, número 400), Teatro Municipal, Asociación de Artistas Aficionados (Casa Calonge), confitería Broggi Hermanos, Quinta La Riva y Edificio Zevallos, se escogieron las tres primeras “casas” por contar con acceso a su interior y estar en condiciones óptimas para su visita, en estos casos los predios se suelen usar para actividades sociales, culturales o comerciales. Los tres últimos predios, no cuentan con acceso a su interior, estos tendrán en la fachada un marcador (código QR) para dar acceso a la información recopilada.

Como parte de la estrategia de introducción de la aplicación, se prevé intervenir estratégicamente ciertos espacios del Centro Histórico de Lima mediante la colocación de stickers. Los cuales contendrán un código Qr que redirigirá a la app. Cabe señalar que, para preservar la integridad visual de los inmuebles, se evaluarán alternativas de ubicación que eviten intervenciones invasivas (por ejemplo, ubicar los stickers en postes o en el suelo en áreas adyacentes) sin comprometer la promoción efectiva del proyecto.

Figura 20. Mockup de sticker con código QR interviniendo el espacio del CHL.



Figura 21. Stickers para intervenir el CHL.



5.2. Selección de marcadores

Luego de buscar información (curiosidades y fotografías históricas) sobre las casas seleccionadas, esta información se organiza para tener un máximo de 5 marcadores que se podrán encontrar en cada casa. Para informar sobre la existencia de Vecinos Ilustres: casas históricas de Lima, se colocarán avisos en los marcadores, motivando

a que usen sus celulares con el lector de códigos QR que poseen las cámaras de los celulares, esta primera interacción con los marcadores los llevará a la web para usar esta aplicación móvil.

Se complementará con una cuenta de Instagram, dado que la naturaleza de la propuesta del proyecto es visual, la cuenta tendrá el mismo nombre y se irán publicando más información sobre las casas, complementando la información brindada por la app, esta cuenta también servirá para atraer a más personas que no frecuentan el Centro Histórico de Lima.

5.2. Recorrido dentro de las casas

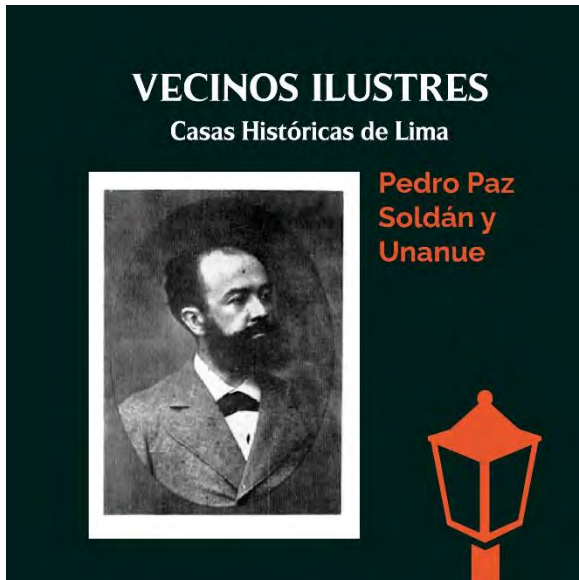
Dentro de las casas los marcadores cambian, pasan de ser banners a ser los detalles encontrados en la misma casa, como: sillas de piedra, vitrales, ascensores de época, molduras en las paredes o dinteles, etc. Esto van en relación al concepto extraído de las características del público objetivo, donde se extrajo que son exploradores y activos y al implementar esta característica se busca fomentar la exploración sobre el interior de las casas. La app será un medio interactivo que irá mostrando la información al captar objetos en su interior, la intervención del espacio mediante esta herramienta, sumado al diseño de la información servirá para difundir la información, esto constituye un aporte en la musealización del Centro Histórico de Lima, se podría decir que sería una primera musealización o por lo menos se busca impulsar ese objetivo.

6.Desarrollo de la app

6.1. Piezas

- Leyendas / marcadores

Figura 22. Marcador de la casa Paz Soldán.



Las leyendas serán colocadas en lugares estratégicos para que puedan ser identificados como marcadores, así al abrir la cámara de la aplicación está podrá reconocer el marcador previamente designado mostrando la información (dato curioso) al usuario.

- Post redes sociales

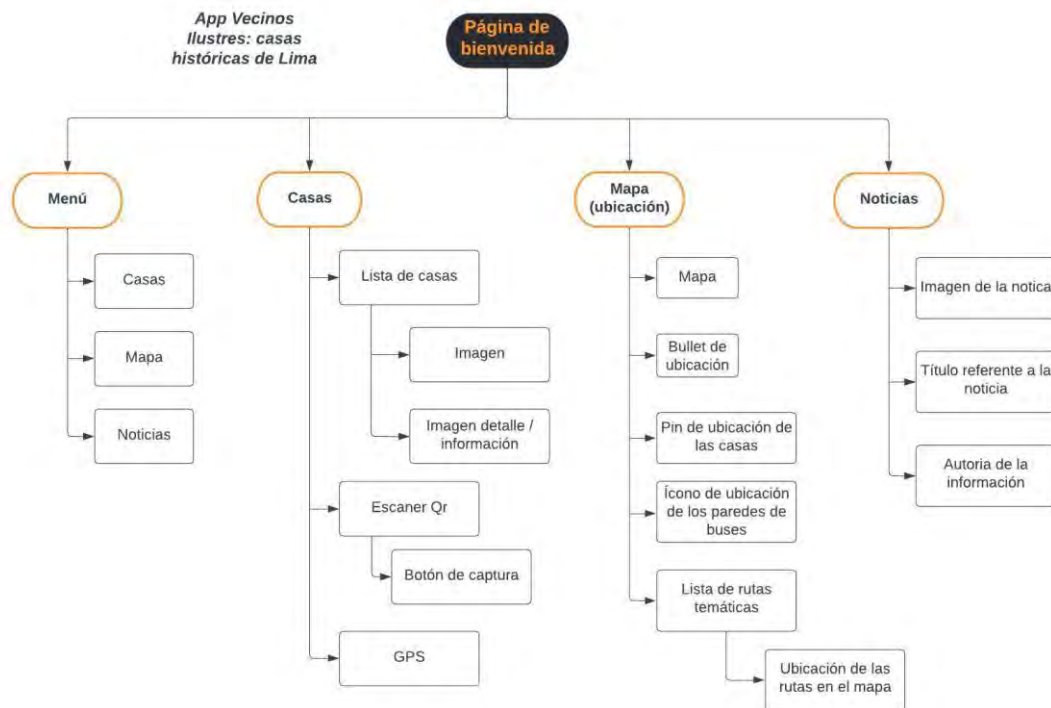
Figura 23. Post redes sociales.



- App móvil

Para la construcción del aplicativo móvil se tomó como base la problemática y los objetivos de este proyecto, por lo que se diseñó la arquitectura de la app, donde se presenta la ubicación de las casas en un mapa del CHL, la imagen de su fachada y noticias relacionadas con las actividades culturales y página de Facebook de cada casa (si es que la tuvieran). Además de contar con la herramienta del scanner (cámara) que revelará la información sobre las casas al momento de capturar los escenarios que funcionarán a manera de marcadores para la aplicación.

Figura 24. Arquitectura de información. App Vecinos Ilustres.



- Wireframe

Los wireframes se puede definir como un prototipo de rápida elaboración y con la capacidad de ser modificado, la elaboración de esta síntesis favorece la prueba y error hasta conseguir un producto que este en relación con la arquitectura de la información planteada para el proyecto, es decir, que la información que se presenta en pantalla sea lógica y tenga relación con las acciones que se ejecuten siguiendo un orden, este método para desarrollar aplicativos móviles favorece la UX sobre la UI, claro está que esto es así en una etapa inicial del desarrollo. Se puede decir que:

Los Wireframes son una guía que sugiere con precisión el formato y la ubicación de los principales elementos del diseño de la interfaz, omitiendo los detalles de la gráfica y los problemas estéticos. Se trata de una metodología de trabajo que privilegia la síntesis, el todo, en oposición a la lista de características individuales (features), ya que no tiene su foco en mostrar qué

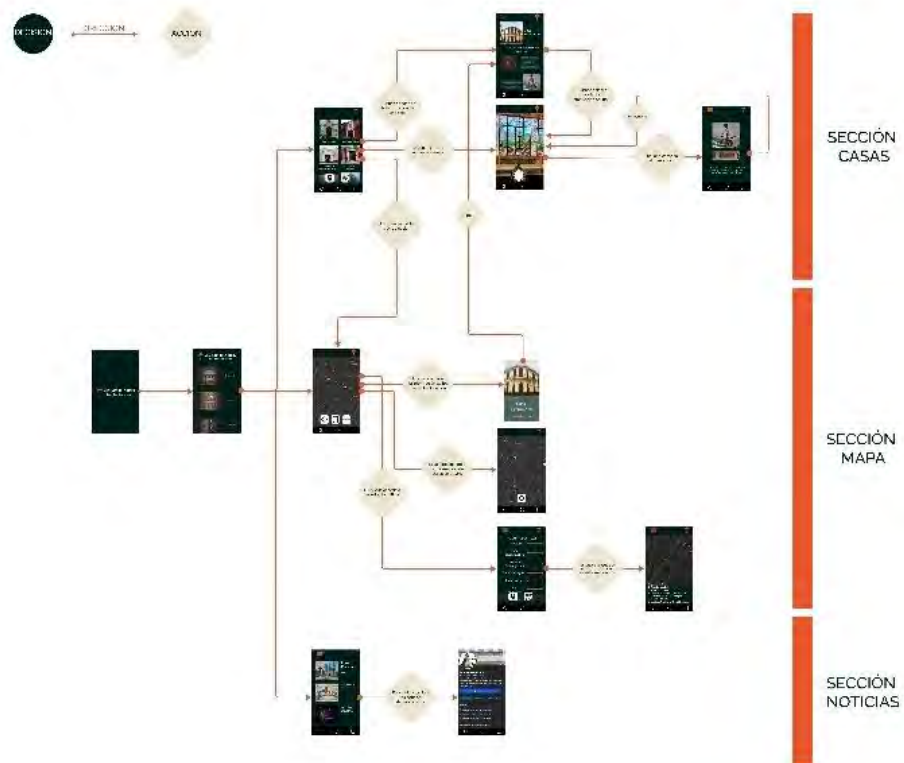
componentes forman parte de la interfaz, sino en describir con precisión la interrelación entre los mismos. (Mordecki, 2012, p.75)

- Mapa de flujo

Figura 25. Wireframes de la app.



Figura 26. Mapa de flujo.



Este mapa de flujo muestra el recorrido que podrán realizar los usuarios dentro de la app.

- Pantallas

Figura 27. Pantalla de carga.



Figura 28. Pantalla con el menú principal.

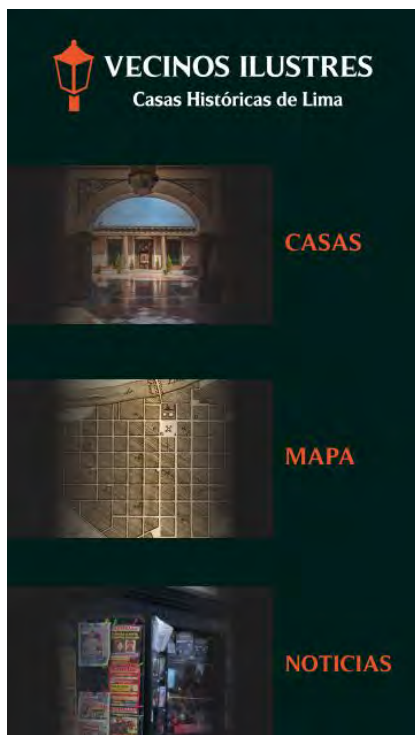


Figura 29. Pantalla con la lista de las casas.

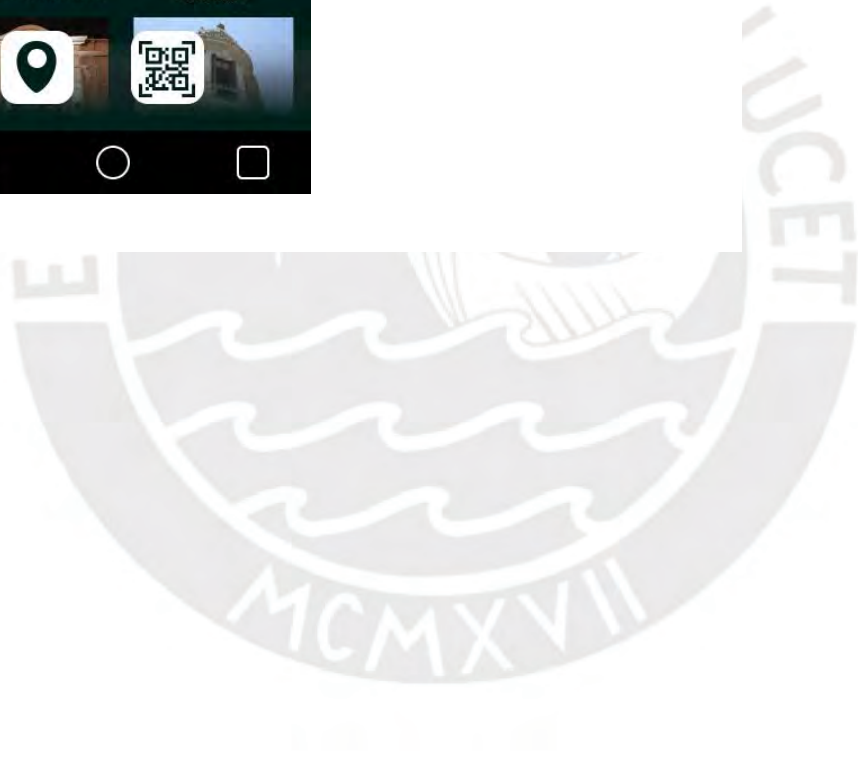


Figura 30. Pantalla con información por revelar de la casa seleccionada.



Figura 31. Pantalla con mapa y ubicación de las casas.



La función del mapa se utiliza para mostrar la ubicación actual del usuario, así como para identificar las casas históricas próximas a su posición, lo que fomenta el recorrido a pie. En este sentido, el mapa actúa como un visualizador de las opciones de exploración disponibles. Para futuras versiones se tiene previsto aumentar el número de casas intervenidas, condicionado a las alianzas establecidas con las administraciones encargadas de cada predio, sean estas de ámbito público o privado.

Figura 32. Mapa de las estaciones de buses para acceder al CHL.

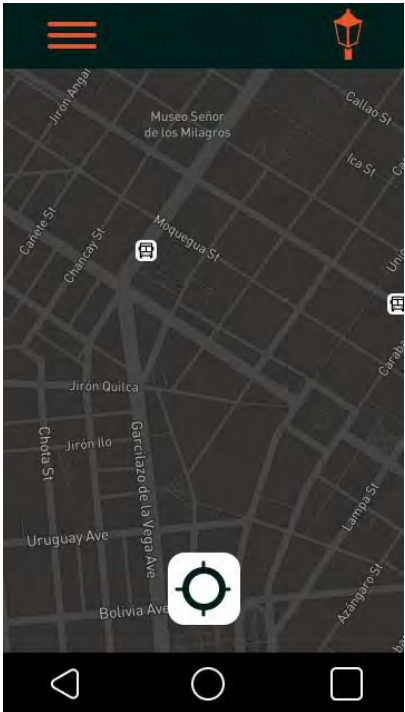
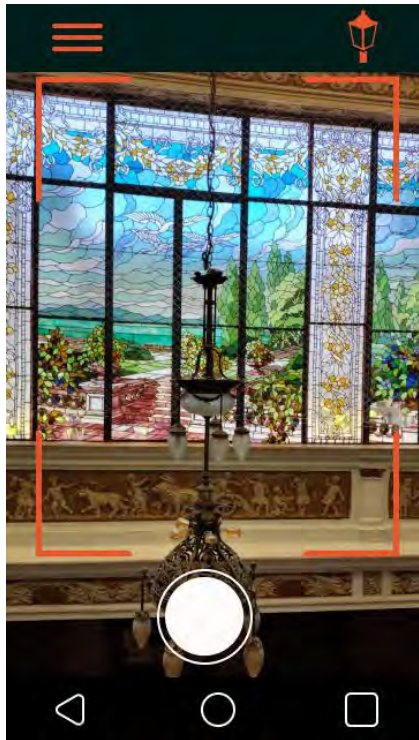


Figura 33. Pantalla con la interface de la cámara para escanear marcadores.



-Pruebas de usuarios

Estas pruebas fueron realizadas de manera virtual, tuvieron una duración de 15 minutos como máximo, se buscó un grupo de cinco personas que entren en el rango de edad y que vivan en Lima. Se evaluó el diseño UX y UI, para esto se plantearon tareas que ayudaron a determinar qué tan fáciles son de realizar para medir la efectividad del diseño propuesto. Para esto la herramienta de Figma permite prototipar las funciones básicas que se pretende cubrir con la app, logrando una interacción aproximada a un producto listo para ser usado por los usuarios finales. Ver anexos 6,7,8,9 y 10.

Guía de entrevista para las pruebas con usuarios.

Preguntas antes del test

¿Cuál es tu nombre?

¿A qué te dedicas? (actividad o profesión)

¿Cuál es tu edad?

Preguntas durante el test

1. ¿Reconoces alguna imagen que represente la App (logotipo)? ¿Puedes leer el nombre? ¿Es claro?
2. ¿Qué le parece el nombre de la App? ¿Es fácil de recordar? ¿Lo relaciona con la función principal del App? ¿Qué le transmite?
3. ¿A qué tipo de audiencia crees que está dirigido? ¿Por qué?
4. ¿Es fácil volver desde cualquier pantalla a la pantalla inicial (home)?
5. ¿Logras distinguir los botones con claridad?

Tareas

Tarea 1. Buscar la Casa Fernandini

Tarea 2. Ubicar en el mapa la Casa Fernandini

Tarea 3. Escanear el vitral, el ascensor y la fotografía de Don Eulogio Fernandini

Tarea 4. Ir a la sección Noticias

6. ¿Consideras que gráficamente la App está equilibrado, muy simple o recargado?
7. ¿La interfaz utiliza íconos? ¿Son fáciles de comprender?
8. ¿Qué sensación te transmite los colores y formas utilizadas? ¿Crees que son coherentes con la identidad de la App? ¿Son consistentes los colores y formas en todas las pantallas?

Tarea 5. Ir a la opción de Rutas temáticas

Preguntas post-test

1. ¿Entendió la terminología utilizada en el App? ¿Cuál(es) le costó más trabajo entender?

2. ¿Cuál fue la parte con mayor dificultad? ¿Qué podría mejorar?
3. ¿Le gustaría añadir algún apartado/contenido o función extra?

Cuestionario de usabilidad

1. En general, estoy satisfecho con lo fácil que es utilizar este App.
2. Fue simple usar la App.
3. Me siento cómodo utilizando la App.
4. Fue fácil aprender a utilizar la App.
5. Ubicar la información en el mapa fue sencillo
6. La información fue clara.
7. Los datos que me proporcionó la App sobre el inmueble fueron relevantes.
8. La organización de la información de la App en la pantalla fue clara.
9. La interfaz del App fue placentera.
10. En general, estuve satisfecho con la App.

- Resultados de las pruebas con usuarios

El punto de mayor dificultad para los usuarios fue la ubicación de los predios (casas) en el mapa, como sugerencia principal recomendaron poner el nombre de la casa en cada pin de ubicación para evitar tener que presionar sobre cada ubicación hasta encontrar la casa que se está buscando.

En cuanto a la arquitectura de la información consideraron que la división en tres opciones centrales (casas, mapa y noticias) era suficiente para evitar que la app sea muy compleja y recargada, pero se recomendó que no para acceder a las funcionalidades bastaba con que sea un menú desplegable.

En cuanto a la sección de noticas se optó por renombrarla como la sección información, dado que este apartado sirve de hipervínculo, mediante la inclusión del link resaltado en naranja y acortado para su rápida asociación para remitir a otra página, de actividades o curiosidades relacionadas con el CHL, que se publican portales en Facebook o Instagram.

En cuanto al plano UX, los usuarios consideraron la paleta de colores sobria y adecuada evitan ser recargada y que generaba un buen contraste entre el gris oscuro (verde oscuro) y el naranja, además de remitirles al concepto de la app.

Figura 34. Primer y segunda versión del mapa, respectivamente.

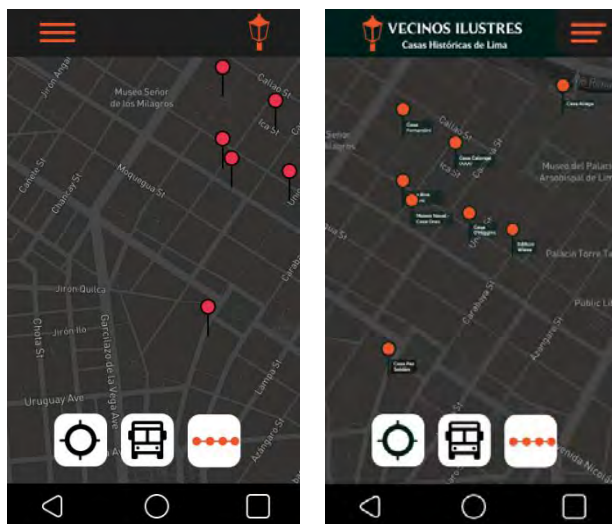


Figura 35. Primer y segunda versión de la sección INFORMACIÓN de la app, respectivamente.

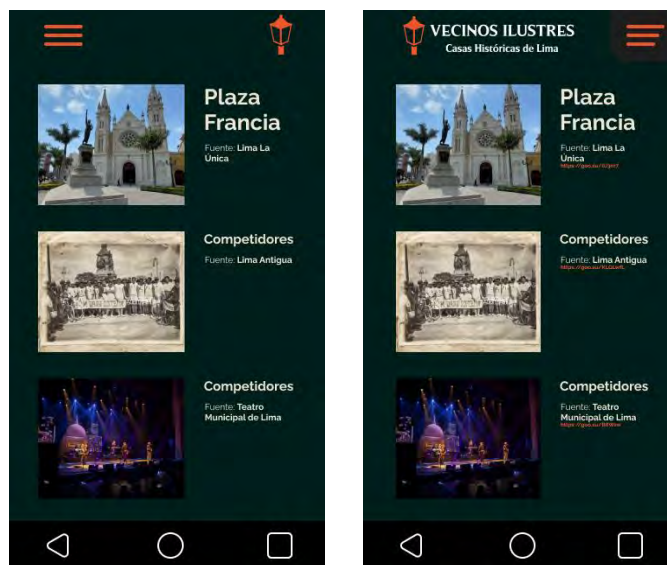
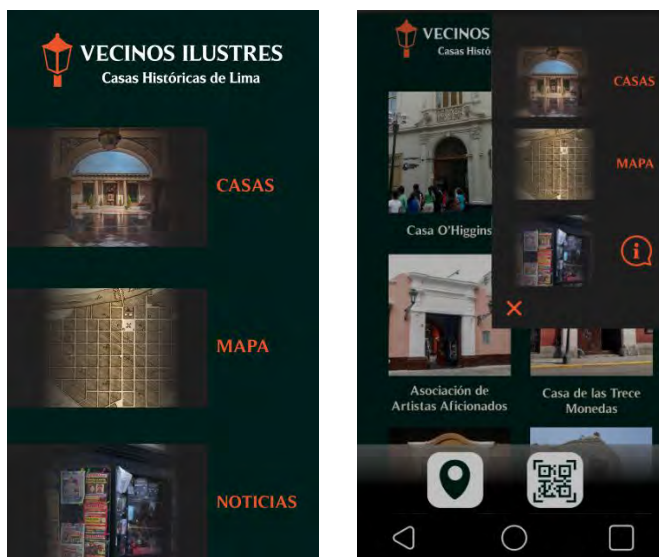


Figura 36. Primer y segunda versión del menú de opciones dentro de la app, respectivamente.



Para acceder al prototipo: <https://goo.su/jRT0N>

7. Análisis de diseño

- Estética:

La estética del proyecto se caracteriza por su estilo colonial, resaltado por las formas curvilíneas presentes en la ornamentación de las ventanas y balcones de las casas ubicadas en el Centro Histórico de Lima (CHL), siendo la Casa Fernandini el principal referente. Este diseño se presenta sobre un fondo claro que no solo resalta los colores de la tipografía, sino que también muestra la dinámica entre lo moderno y lo antiguo mediante el uso de colores oscuros y naranja. En cuanto a la tipografía, se ha optado por una con serif, inspirada en la Casa de la Literatura Peruana, aportando un sentido de antigüedad. Este aspecto se complementa con los elementos decorativos y florituras que se relacionan con la ornamentación de los balcones.

Además, la estética utilizará el difuminado para hacer referencia a lo oculto y lo

que se desea descubrir, en alusión a la interacción que se busca lograr con el público objetivo. Esto se refleja en la interfaz de la pieza principal del proyecto.

-Simbología:

El uso de elementos coloniales reconocibles que se asocian con las casas (los íconos) permite generar identificación de cada una, lo cual puede luego funcionar en la aplicación. La simbología del proyecto nace como consecuencia de haber identificado las características del público objetivo, cuyas particularidades se aprovechan en la pieza principal: exploración, arquitectura, actividad y descubrimiento. Por ello, los símbolos utilizados pertenecen a la arquitectura del Centro Histórico de Lima (CHL), de las tipografías y formas, para que el proyecto se relacione con el espacio que busca difundir. No solo se busca brindar información, sino que los mismos usuarios accedan a la información mediante la exploración. Por esta razón, la implementación de marcadores en el entorno es importante para hacer de la actividad de explorar algo más enriquecedor para el visitante (usuario). De la exploración y el descubrimiento se extraen los colores terrosos y oscuros para simbolizar el hallazgo, el destapar el valor del patrimonio que se encuentra en la arquitectura e historia de las casas.

El nombre del proyecto, “Vecinos Ilustres: Casas Históricas de Lima”, hace referencia tanto a las personalidades que vivieron en esas casas o pasaron una temporada en ellas, como a las casas mismas como testimonio de su presencia. Se les denomina vecinos para dar un sentido de familiaridad, e ilustres por la época en que fueron construidas, que va desde el Virreinato del Perú hasta la actualidad, donde el término ilustres es un referente del pasado y de la importancia histórica para la ciudad de Lima y para la historia del Perú como nación.

-Sintaxis:

En el aspecto formal de la construcción del imagotipo, se tomó la altura de la letra “E” para establecer las relaciones de proporción y el área de respeto del imagotipo, se entiende por área de respeto al espacio que no puede ser invadido por cualquier otro elemento para garantizar la legibilidad del imagotipo, además se trabajó con dos variantes cromáticas para que el imagotipo del proyecto pueda ser usadas en pantallas con fondos oscuros o en impresiones con mucho color.

Figura 37. Construcción y área de respeto del imagotipo.



En cuanto en la paleta cromática, se trabajó con el color anaranjado y los tonos negro y blanco, el color anaranjado trabaja en relación con lo antiguo y lo

oxidado, pero también como un color llamativo que sea atractivo, por este motivo se trabajó con tonos oscuros y blancos para resaltar el color principal. Los colores secundarios son variantes de opacidad para trabajar las pantallas de la app para dar una sensación de penumbra y de exploración por espacios antiguos o “poco iluminados” en alusión a que los datos que se presenten serán detalles pequeños, pero que forman parte del patrimonio que se busca visibilizar.

Figura 38. Variante cromática del imagotipo.



Figura 39. Paleta cromática.



-Pragmatismo:

Los elementos necesarios para que el proyecto se lleve a cabo de la mejor manera incluyen plantear un tono de comunicación uniforme y coherente con todo el proyecto. El tono del proyecto es sencillo, directo e informal. Se optó por estas características porque el público al cual se dirige son jóvenes que están de paseo o en exploración urbana. La voz de este proyecto hablará en segunda persona plural, para involucrar al usuario e incentivarlo a ser parte de la exploración. Algunas frases que se utilizarán serán:

- ¿Sabías que...?
- ¿Ya viste el techo?
- ¿Notaste las imágenes en los vitrales?
- ¿Sabes quién vivió aquí?

Para acompañar esta información y reforzarla, las imágenes que el usuario tome con su celular darán acceso a imágenes de archivo, si están disponibles, y en su defecto se mostrarán imágenes recientes. Estas imágenes se irán guardando en la aplicación para que sean un registro de su visita a cada casa. La exploración podrá ser mediante un mapa o al seleccionar la imagen de la fachada de alguna casa que llame la atención del usuario.

Los banners para la campaña de apertura deberán cambiar su información para adaptarse a las celebraciones o festividades según corresponda, para mantener el interés de los visitantes frecuentes y seguir atrayendo a nuevos visitantes.

8. Diseño de la comunicación

Motivar la acción en los usuarios es crucial para este proyecto. El público objetivo está compuesto por personas entre 18 y 25 años, en su mayoría universitarios que frecuentan o desean conocer nuevas actividades culturales en el Centro Histórico de Lima (CHL). Desde la perspectiva del diseño gráfico, las formas y colores oscuros y naranjas presentes en las diferentes pantallas de la aplicación hacen referencia a la historia oculta en la arquitectura y, por ende, en las casas que poseen un valor histórico. El uso de la cámara del celular permite integrar la acción con la información, asegurando que esta se presente de manera concisa y breve. Estas dos partes se complementan para que el tono de la comunicación incentive la exploración, promoviendo una “búsqueda del tesoro” donde la información de datos curiosos y su presentación motiven la búsqueda de más detalles sobre las casas visitadas.

Esta pieza gráfica será complementada con marcadores presentes en las fachadas de las casas y también dentro de las mismas, con el objetivo de dar a conocer la existencia de la aplicación y la manera de acceder a la información. Para esto, el proyecto cuenta con dos fases:

1. **Ubicación de marcadores en lugares estratégicos de la casa:** Esta actividad tendrá una duración de 30 días, durante los cuales se irán colocando banners en las fachadas o entradas de las casas con las imágenes de sus respectivos dueños históricos. Por ejemplo, en la casa Paz Soldán aparecerán miembros de la familia Paz Soldán, entre ellos Pedro Paz Soldán y Ureta, y su hijo Felipe Paz Soldán. Estas imágenes estarán acompañadas de frases que inviten al público a entrar a las casas y a tomar una fotografía para descargar la aplicación. Paralelamente, se creará una cuenta de Instagram para registrar la aparición de nuevos personajes en las fachadas.

2. **Recorrido dentro de las casas:** Después de 20 días, se ampliarán los marcadores dentro de la casa, incluyendo vitrales, capillas, sillas de piedra, entre otros. Estos marcadores serán captados por la cámara de los celulares, dando acceso a la información e iniciando la exploración de los usuarios. Esta información se dará a conocer mediante un post en la cuenta de Instagram y avisos sutiles dentro de las casas. La inclusión de más marcadores se realizará de manera paulatina para seguir generando interés. Además, los banners de los personajes cambiarán de posición dentro de la casa y también de contenido.

En cuanto a los aliados estratégicos, se espera contar con tres actores involucrados directamente en la gestión del Centro de Lima. Dos de los tres actores estarán involucrados desde el inicio del proyecto y después del lanzamiento de la aplicación, mientras que el tercero apoyará la difusión. Estos aliados son:

- PROLIMA
- Administración propia de cada predio
- Cuenta de Facebook: Lima la antigua

9. Juicio de pares

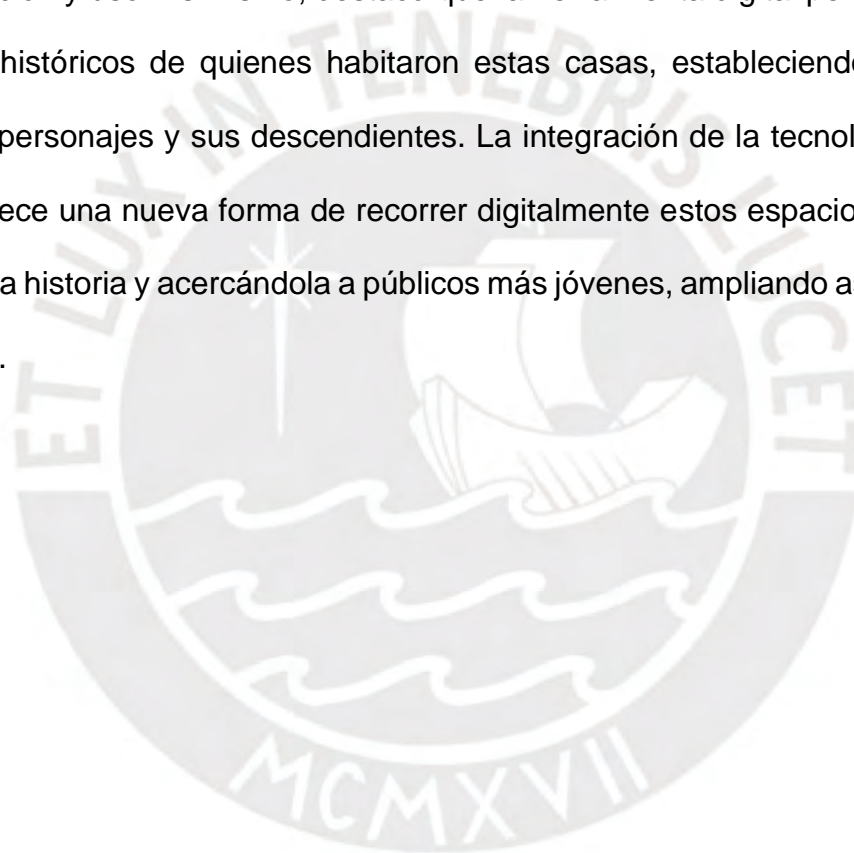
Para validar la pieza final del proyecto "**Vecinos ilustres, casas históricas de Lima**", se contó con la participación de expertos en diseño gráfico e historia, cuyos comentarios permitieron mejorar la propuesta y fortalecer su impacto.

El doctor en historia **Nelson Pereyra** destacó la relevancia del proyecto como un aporte significativo al ámbito cultural e histórico. Resaltó su enfoque innovador y su potencial para despertar el interés en el patrimonio arquitectónico y cultural de Lima, subrayando su valor como recurso educativo y cultural.

Por su parte, el licenciado en diseño gráfico y guía de turismo **Arturo Sueldo** enfatizó que el proyecto ofrece una solución creativa y accesible ante el desconocimiento

generalizado sobre las casas históricas de la ciudad. Además, recomendó su implementación, destacando su capacidad para fomentar una mayor valoración y preservación del patrimonio arquitectónico, así como su impacto positivo en la educación cultural.

Finalmente, el doctor en Arte **Rafael Vivanco Álvarez** señaló que la aplicación no solo brinda información sobre el mobiliario y la arquitectura de estos predios, sino que también pone en valor su conservación, promoviendo un turismo cultural que incentive su recuperación y uso. Asimismo, destacó que la herramienta digital permite conocer los perfiles históricos de quienes habitaron estas casas, estableciendo un vínculo entre estos personajes y sus descendientes. La integración de la tecnología en este proyecto ofrece una nueva forma de recorrer digitalmente estos espacios, facilitando el acceso a la historia y acercándola a públicos más jóvenes, ampliando así su alcance y relevancia.



CONCLUSIONES

A partir de las validaciones realizadas por expertos, se concluye que el proyecto *Vecinos Ilustres: Casas Históricas de Lima* es una herramienta digital de fácil acceso y rápida adopción, gracias a su naturaleza como aplicación móvil. Su implementación no solo facilita la difusión del patrimonio arquitectónico e histórico del Centro Histórico de Lima (CHL), sino que también actúa como un puente entre la historia y las nuevas generaciones, fomentando el interés por los personajes y acontecimientos vinculados a estos espacios.

Asimismo, la aplicación cumple una función de repositorio digital de libre acceso, lo que contribuye a la preservación de la memoria histórica en caso de deterioro, pérdida o alteración del patrimonio material. Si bien la digitalización no sustituye la conservación física, sí representa una estrategia de mitigación ante la posible desaparición parcial o total de estos bienes.

Desde una perspectiva museológica, esta iniciativa permite la musealización virtual de predios que actualmente no cuentan con acceso público, promoviendo su visibilización y el reconocimiento de su valor histórico. De este modo, se incentiva el uso de espacios culturales poco explorados y se fortalece la conexión de la ciudadanía con su patrimonio.

Es fundamental continuar la búsqueda de material de archivo para enriquecer el proyecto, así como establecer colaboraciones con actores clave del CHL y la ciudad de Lima. La identificación y recuperación de espacios y personajes históricos contribuye a los lineamientos del *Plan Maestro para Lima*, que busca consolidar el CHL como un entorno predominantemente peatonal y destinado al uso y disfrute de sus habitantes. En este contexto, la aplicación se presenta como un recurso complementario para ampliar las opciones de esparcimiento y educación patrimonial en la ciudad.

Finalmente, la revalorización del patrimonio constituye un eje central de este proyecto, alineándose con los objetivos de PROLIMA en la promoción y difusión del cuidado del patrimonio cultural. La integración de herramientas digitales en esta labor representa una oportunidad para fortalecer la conexión entre el pasado y el presente, utilizando la tecnología contemporánea como medio para la conservación, interpretación y divulgación de la historia limeña.



RECOMENDACIONES

Para futuras investigaciones sobre patrimonio se recomienda ampliar la exploración en el uso de herramientas digitales inclusivas, considerando opciones que faciliten el acceso a usuarios con discapacidades visuales y auditivas. Esto garantizará que las soluciones tecnológicas implementadas sean accesibles y pertinentes para un mayor número de personas.

Asimismo, se sugiere extender el ámbito de estudio hacia otros patrimonios culturales de la ciudad de Lima, tales como las huacas, complementando la digitalización y preservación de información histórica. Esta ampliación permitirá incrementar el alcance y la interpretación de los elementos patrimoniales, consolidando la vinculación entre la historia, el patrimonio y la tecnología contemporánea.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alvarado Peña, E. (Ed.). (2018). Hacia un museo sostenible: oferta y demanda de los museos y centros expositivos de Lima. Ministerio de la Producción, Programa Nacional para la Competitividad y Productividad.

<http://repositorio.usil.edu.pe/handle/USIL/3158>

Bonilla, E. (2019). *El jirón de la unión soy yo*. Repositorio de la Universidad de Lima.

https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/9246/Bonilla_jiron_union_Lima.pdf

Burneo, R. (2017). *El damero de Pizarro: el trazo y la forja de Lima*. Municipalidad Metropolitana de Lima.

https://www.academia.edu/33882197/EL_DAMERO_DE_PIZARRO_El_trazo_y_la_forja_de_Lima_MUNILIBRO_8

Cabrera, J. (2000). Conservación y restauración. *Cuadernos de restauración*, XIV, 4–5.

Cantoni, M., & Gonzales, S. (2017). *Rutas patrimoniales de Lima* [Línea de investigación: 02 Ingeniería de Software, Sistemas de Información, Gestión de Tecnologías de la Información y Computación gráfica e imágenes, Universidad Inca Garcilaso de la Vega]. Repositorio Institucional Universidad Inca Garcilaso de la Vega.

<http://repositorio.uigv.edu.pe/handle/20.500.11818/1225>

Casas museo: museología y gestión. (2013, 1 de enero). Ministerio de Cultura y Deporte.

https://www.libreria.culturaydeporte.gob.es/libro/casas-museo-museologia-y-gestion_2728/

Chang, J. (2014). Revitalización de centros históricos: caso emblemático de Cartagena de Indias. *Pueblo Continente*, 25(1).

<http://journal.upao.edu.pe/PuebloContinente/article/view/86/85>

Cobeña Loor, W. D., Mera Cedeño, J. C., & Alcívar Vélez, D. E. (2016). Arquitectura y urbanismo: elementos esenciales a considerar para el logro de un urbanismo sustentable. *Dominio de las Ciencias*, 2(4), 534–545.

<https://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/issue/view/14>

Constitución Política del Perú [Const]. (1993, 29 de diciembre). Artículo 21.

Culture 21. (s.f.). *Ciudades y gobiernos locales unidos – Comisión de Cultura*.

https://www.agenda21culture.net/sites/default/files/files/documents/multi/ag21_es_ok.pdf

De la Horra Villacé, G. I. (2017). Realidad aumentada: una revolución educativa.

EDMETIC: Revista de Educación Mediática y TIC, 6(1), 9–22.

<https://www.proquest.com/docview/2353595009/A23ACA49E65D4CCCPQ/7?accountid=28391>

Decreto Supremo N° 011-2006-ED. Ley General del Patrimonio Cultural de la Nación. 4 de mayo de 2006. Ministerio de Cultura. Recuperado de

<https://web.archive.org/web/20240206115510/https://www.cultura.gob.pe/sites/default/files/archivosadjuntos/2016/08/marcolegalokversiondigital.pdf>

Deza de la Vega, N. (2020). El centro de interpretación del centro histórico de Lima.

Turismo y Patrimonio, (14), 29–48.

<https://doi.org/10.24265/turpatrim.2020.n14.03>

Escobar, A. C., & Díaz, F. N. R. (2017). Una revisión a la configuración de la gestión del diseño, el pensamiento visual y el pensamiento de diseño. En *Iconofacto* (pp. 84–103). Fundación Universitaria Los Libertadores.

<https://www.proquest.com/scholarly-journals/una-revisión-la-configuración-de-gestión-del/docview/1960894036/se-2?accountid=28391>

Especiales El Comercio. (s.f.). 20 años del incendio en mesa redonda. *El Comercio*.

<https://especiales.elcomercio.pe/?q=especiales/infierno-en-mesa-redonda-20-anos-incendio-mas-devastador-en-lima-testimonios-cronologia-comparativos-video-antes-despues-nndd-ecvisual-ecpm/index.html>

El Comercio. (2019). Cae balcón de casona del jirón Carabaya en el centro de Lima.

<https://elcomercio.pe/lima/patrimonio/cae-balcon-de-casona-del-jiron-carabaya-en-el-centro-de-lima-patrimonio-cultural-noticia/>

EVE Museos e Innovación – La nueva era de los museos. (2021, 22 de abril).

Transformación digital en la mediación del arte y la cultura.

<https://evemuseografia.com/2021/04/22/transformacion-digital-en-la-mediacion-del-arte-y-la-cultura/>

Gil Abeledo, J. (2022). *Casas museo: tradición e innovación* [Tesis doctoral,

Universitat Politècnica de València].

<https://riunet.upv.es/handle/10251/179705>

Grapsas, T. (2019). Conoce la realidad aumentada y las posibilidades de interacción

que la hacen sobresalir en el mundo digital. Rockcontent.

<https://rockcontent.com/es/blog/realidad-aumentada/>

ICOM. (s.f.). *Preparación y respuesta ante emergencias*.

<https://icom.museum/es/actividades/proteccion-del-patrimonio/preparacion-y-respuesta-ante-emergencias/>

Jiménez, L. (s.f.). Comparativa de desarrollo de aplicaciones. Rúbrica.

Recuperado de <https://rubrika.es/marketing-digital/desarrollo-de-aplicaciones/comparativa-desarrollo-aplicaciones/#pwa>

Jordán, M. (2022). *Jironeando: Diseño de plataforma digital para la revalorización del patrimonio cultural arquitectónico del Jirón de la Unión en los ciudadanos de Lima Metropolitana* [Tesis de licenciatura, Pontificia Universidad Católica del Perú]. Repositorio Institucional PUCP.

<http://hdl.handle.net/20.500.12404/22618>

Lamprecht, E. (2022, 19 de agosto). UX vs. UI design: What's the difference? – A beginner's guide. CareerFoundry.

<https://careerfoundry.com/en/blog/ux-design/the-difference-between-ux-and-ui-design-a-laymans-guide/#what-is-user-experience-ux-design>

Lombardi, A., & Mountuori, P. (2018). El centro histórico de Lima entre conservación y uso inadecuado del patrimonio histórico arquitectónico “menor”. *Devenir – Revista de Estudios sobre Patrimonio Edificado*, 1(2), 97–109.

<https://doi.org/10.21754/devenir.v1i2.253>

Maeda, J. (2006). *Laws of simplicity*. Recuperado de <http://lawsofsimplicity.com/>

Montejo, D. (2020). Diferencias entre app y aplicación web. Rúbrika.

Recuperado de <https://rubrika.es/marketing-digital/desarrollo-de-aplicaciones/diferencias-app-aplicacion-web/?form=MG0AV3>

Mordecki, D. (2012). *Miro y entiendo*.

<https://mordecki.com/miro-y-entiendo/>

Morales-Vargas, A. (2023). Entre lo que los usuarios dicen y lo que hacen: métodos de investigación UX más útiles para evaluar la calidad web. *Anuario ThinkEPI*.

Recuperado de

<https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/193658/Entre-lo-que-los-usuarios-dicen%20y-lo-que-hacen.pdf?sequence=1&form=MG0AV3>

Morales, A. (2018). Recuperación del centro histórico de Lima: implicancias de la percepción espacial de sus principales actores [Tesis de licenciatura, Pontificia Universidad Católica del Perú].

Morales, J., & Ham, S. (2008). ¿A qué interpretación nos referimos? *Boletín de Interpretación*, 19, 4–7. Recuperado de

https://www.interpretaciondelpatrimonio.com/wp-content/uploads/2025/02/boletin_de_interpretacion_19.pdf

Morville, P. (2004). *User experience design*. Recuperado de

https://semanticstudios.com/user_experience_design/

Museo Capitolino. (s.f.). Le app dei MIC 2.

Recuperado de <https://www.museicapitolini.org/es/infopage/le-app-dei-mic-2>

Museo del Prado. (s.f.). *Second canvas Museo del Prado – obras maestras*.

Recuperado de <https://www.museodelprado.es/apps/second-canvas-museo-del-prado>

PROLIMA (2017). Plan Maestro del Centro Histórico de Lima.

https://aplicativos.munlima.gob.pe/uploads/PlanMaestro/plan_maestro_resumen_ejecutivo.pdf

<http://www.imp.gob.pe/index.php/plan-maestro>

Hernández, F. (2002). *El patrimonio cultural: la memoria recuperada*. Asturias, España: editorial Trea.

https://www.academia.edu/49472581/El_patrimonio_cultural_la_memoria_recuperada

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.

(2014). Indicadores UNESCO de cultura para el desarrollo: guía de implementación.

https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000232374_spa?posInSet=9&queryId=6641a573-cfd0-4cf3-906d-3bc7184e4d61

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.

(2019, 23 de noviembre). La visión de UNESCO para el centro histórico de Lima.

<https://es.unesco.org/news/vision-unesco-centro-historico-lima>

Pavoni, R. (2012). *Casas museo: una tipología de museos para poner en valor*.

Recuperado de

http://network.icom.museum/fileadmin/user_upload/minisites/icom-argentina/pdf/casas_museos_es.pdf

Paz, O. (2019, 5 de mayo). Una década sin rumbo en el centro de Lima [Informe]. *El Comercio*.

<https://elcomercio.pe/lima/obras/decada-rumbo-centro-lima-informe-noticia-632446>

Ramos, F. (s.f.). La interpretación del patrimonio como herramienta básica del turismo cultural: análisis de varias experiencias. *Cuaderno 18-Turismo Cultural*, (18).

https://patrimonioculturalyturismo.cultura.gob.mx/publi/Cuadernos_19_num/cuaderno18.pdf

Roldán, O. (2017). Gentrificación en centros históricos: una discusión conceptual. *Devenir*, 4(7).

<http://revistas.uni.edu.pe/index.php/devenir/article/view/136/74>

Scaletti Cárdenas, A. (2020). Lima: la indígena, la virreinal, la moderna – muy breve historia urbana de la ciudad de Los Reyes. *Consensus*, 25(1), 21–40.

<https://doi.org/10.33539/consensus.2020.v25n1.2447>

Sous, J. P. E. (2019). Arquitectura virreinal de Lima. En *Plan maestro del centro histórico de Lima al 2029 con visión al 2035*.

https://www.academia.edu/39642795/Arquitectura_virreinal_de_Lima?auto=download

Tanner, S. (2016). Using impact as a strategic tool for developing the digital library via the Balanced Value Impact Model. *Library Leadership & Management*, 30(4).

<https://doi.org/10.5860/llm.v30i4.7146>

Testón, A. (2018). Hacia una museografía 4.0: diseño de experiencias inmersivas con dispositivos de realidad aumentada [Tesis doctoral, Universitat Politècnica de València]. Repositorio Institucional UPV.

<https://riunet.upv.es/handle/10251/107375#>

TEC. (2015, 1 de noviembre). El museo de arte de Lima y sus herramientas interactivas [Archivo de video]. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=1fWKbFvnJYI&t=228s>

Velasco, M. (2009). Gestión turística del patrimonio cultural: enfoques para un desarrollo sostenible del turismo cultural. *Cuadernos de Turismo*, (23).

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2999177>

Vega Centeno, P. (2017). La dimensión urbana de las centralidades de Lima Norte: cambios y permanencias en la estructura metropolitana. *EURE*.

<https://www.eure.cl/index.php/eure/article/view/1938/985>

ANEXOS

Anexo 1: Entrevista

A. Martha Cabrera

¿Cuál es la diferencia entre un Museo y una Casa Museo?

La definición que da la ICOM, es la definición que se aneja de manera general, recoge, conserva y que comunica a través de los objetos, ahora lo que se podría añadir a esa definición podría ser el papel social de los museos o sea mostrar los objetos de una determinada sociedad de forma crítica, e decir que exista una comunicación entre el público y los objetos, y estos objetos tendría que estar contextualizados, que significa esto, explicar por ejemplo de donde salió, asociado a que materiales.

¿Las Casas Museo son una herramienta de pedagogía útil?

Definitivamente sí, una cosa es recibir clases en una carpeta y otra cosa es salir conocer imbuirse, conversar comunicarse y preguntar en el mismo en el mismo lugar o siento sobre la historia sobre determinado personaje y los personajes de diferentes épocas. La comunicación se convierte en más activa hay dialogo. En estos lugares la gente construye conocimiento, se hace de fácil entendimiento.

¿Como forjan identidad las Casas Museo?

Ahora último está viendo las noticias que quiere recuperar también la casa de Túpac Amaru y revalorar la casa de José María Arguedas en Puquio entonces son personajes que han aportado culturalmente en la sociedad y que han trascendido yo pienso que la importancia de estas casas museos es revalorar la los personajes que han trascendido.

Anexo 2.

En el siguiente enlace se encuentran las pruebas de usuario grabadas en una reunión por zoom.

<https://drive.google.com/drive/folders/1HnLmEEGllz2j2BHTJwlmGDXZaN5aZJ7j?usp=sharing>

Anexo 3. Juicio de pares – Carta del Dr. Nelson Pereyra Chávez

Ayacucho, 27 de febrero de 2025

Señores:

**Especialidad de Diseño Gráfico
Facultad de Arte y Diseño
Pontificia Universidad Católica del Perú**

Ciudad.

Previo un cordial saludo, me dirijo a Uds. con la finalidad de dar una opinión objetiva sobre el proyecto *Vecinos ilustres, casas históricas de Lima: Diseño de aplicación móvil para visibilizar las casas históricas del Centro Histórico de Lima para los visitantes de espacios culturales*, presentado por el Bachiller Rodrigo Abelardo Sandoval Pantoja, referido a la creación de un aplicativo móvil con la participación de los propietarios y residentes del lugar para brindar información relevante sobre los inmuebles a fin de enfrentar el desconocimiento de su trascendencia histórica y contribuir a su puesta en valor.

Después de revisar y analizar el proyecto minuciosamente, considero que este ha identificado adecuadamente el problema de invisibilización y riesgo de destrucción de las casonas y mobiliario del Centro Histórico de Lima. A partir de tal identificación, construye una propuesta de diseño de una aplicación móvil para generar interés en los visitantes al lugar y promover la puesta en valor de este patrimonio. La ejecución de dicha propuesta incluye una investigación sobre la trascendencia histórica de las casonas y su mobiliario, que concluye en una tipologización pertinente. Además, esta averiguación incluye la participación de actores sociales como autoridades encargadas del patrimonio, propietarios y residentes del lugar y visitantes, de tal forma que la propuesta deviene en una investigación participativa.

Teniendo en cuenta la propuesta de diseño de la aplicación móvil y la investigación participativa y el sentido final de proyecto de brindar un valioso aporte al conocimiento e interés por el patrimonio histórico y arquitectónico del Centro Histórico de Lima, recomiendo su aprobación, implementación y difusión.

Sin otro particular, aprovecho la ocasión para manifestarles las muestras de mi mayor consideración y estima personal.

Atentamente.



Dr. NELSON E. PEREYRA CHÁVEZ
Historiador y docente
Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga
DNI 28299913

Anexo 4. Juicio de pares – Carta del Lic. en diseño gráfico Arturo Sueldo

Lima, 14 de marzo de 2025

Señores,

Especialidad de Diseño Gráfico

Facultad de Arte y Diseño

Pontificia Universidad Católica del Perú

Por medio de la presente, me dirijo a ustedes con la finalidad de dar una opinión objetiva sobre el proyecto **VECINOS ILUSTRES, CASAS HISTÓRICAS DE LIMA: DISEÑO DE APLICACIÓN MÓVIL PARA VISIBILIZAR LAS CASAS HISTÓRICAS DEL CENTRO HISTÓRICO DE LIMA PARA LOS VISITANTES DE ESPACIOS CULTURALES**, presentado por el Bachiller RODRIGO SANDOVAL PANTOJA, referido a la visibilización y preservación del patrimonio histórico de Lima, específicamente las casas que componen su centro histórico.

Después de revisar y analizar el proyecto minuciosamente, se considera que “Vecinos ilustres, casas históricas de Lima (...)” es un proyecto innovador y contemporáneo que busca adaptarse a las nuevas tecnologías, ofreciendo una solución moderna y accesible para acercar al público a la historia y arquitectura del centro histórico limeño. El proyecto aborda un problema de gran importancia en la actualidad: la pérdida de patrimonio y la falta de conciencia pública sobre el valor histórico y cultural de las casas del centro histórico de Lima. La capital peruana, reconocida por su riqueza arquitectónica, enfrenta el desafío de preservar y dar visibilidad a estos monumentos, muchos de los cuales se encuentran en peligro de deterioro por la falta de conservación y el desconocimiento general sobre su importancia. La propuesta de utilizar una aplicación móvil para acercar al público a este patrimonio es, en este contexto, no solo pertinente, sino urgente.

El uso de la tecnología como medio para preservar y dar a conocer el patrimonio cultural es una opción estratégica que responde a las tendencias globales en cuanto al uso de plataformas digitales. La idea de combinar información histórica, geolocalización y accesibilidad mediante un dispositivo móvil presenta una propuesta innovadora que sin duda atraerá al público objetivo evaluado, quienes cada vez más se relacionan con las experiencias culturales a través de la tecnología. A largo plazo, este proyecto podría tener un impacto significativo tanto en la preservación del patrimonio como en la educación y promoción cultural.



Atte, Lic. Arturo Javier Sueldo Querevalú

Licenciado en diseño gráfico. Estudiante de la carrera de guía oficial de turismo. DNI 45572483

Anexo 5. Juicio de pares – Carta del Dr. Rafael Vivanco

Lima 10 de marzo de 2025

Señores
Especialidad de Diseño Gráfico
Facultad de Arte y Diseño
Pontificia Universidad Católica del Perú

Por medio de la presente me dirijo a ustedes a fin de presentar mis comentarios sobre el proyecto de diseño del bachiller Rodrigo Abelardo Sandoval Pantoja titulado **Vecinos Ilustres, casas históricas de Lima: Diseño de aplicación móvil para visibilizar las casas históricas del Centro Histórico de Lima para los visitantes de espacios culturales.**

Después de revisar y analizar tanto el documento escrito de la tesis como el desarrollo y diseño del aplicativo paso a exponer los argumentos por lo que considero el proyecto viable, con un gran potencial de emprendimiento teniendo la posibilidad de ser autosostenible.

El Centro Histórico de Lima es un tesoro arquitectónico que guarda siglos de historia, cultura y tradición. Sin embargo, la pérdida de patrimonio en esta zona es un problema creciente debido a factores como incendios, sismos y deterioro de las edificaciones. A esto se suma la falta de conocimiento sobre la importancia de estas casas, lo que pone en riesgo no solo sus estructuras, sino también el mobiliario y los relatos que albergan.

En respuesta a esta problemática, se ha diseñado un aplicativo móvil innovador que busca dar a conocer las casas históricas del Centro Histórico de Lima a jóvenes de entre 18 y 25 años que visitan espacios culturales. Este proyecto de diseño considero tiene un impacto positivo en distintos niveles:

1. Conciencia y valoración del patrimonio

El aplicativo proporciona información detallada sobre la arquitectura, la historia y el mobiliario de las casas patrimoniales, permitiendo que los usuarios comprendan su valor y la necesidad de su conservación.

2. Interacción y experiencia inmersiva

A través de tecnología interactiva, los visitantes pueden recorrer digitalmente estos espacios, conocer la historia de sus antiguos habitantes y descubrir detalles arquitectónicos que a menudo pasan desapercibidos.

3. Fomento del turismo cultural

Al despertar el interés en estas edificaciones, se promueve el uso y recuperación de espacios culturales, lo que puede generar mayor flujo de visitantes y, en consecuencia, incentivar esfuerzos de conservación y restauración.

4. Difusión de personajes históricos

Varias de estas casas fueron hogar de figuras clave en la historia del país. El aplicativo no solo presenta datos sobre la arquitectura, sino que también narra las vidas de quienes las habitaron, enriqueciendo el conocimiento histórico de los usuarios.

5. Un puente entre la tecnología y la historia

Aprovechar el uso de un aplicativo móvil permite llegar a nuevas generaciones a través de herramientas digitales atractivas y dinámicas, haciendo que la historia sea accesible y relevante en la actualidad.

Este proyecto no solo fortalece la identidad cultural de los ciudadanos, sino que también contribuye a la preservación del patrimonio histórico mediante la educación y el interés colectivo. Al conectar a los jóvenes con la riqueza arquitectónica del Centro Histórico de Lima, se da un paso fundamental hacia la protección y revalorización de estos espacios únicos.

Atentamente,



Dr. Rafael Vivanco-Álvarez
DNI 10803916

Anexo 6. Prueba de usuario, persona 1

Entrevistador:

Perfecto. Te hago unas preguntas. ¿Consideras que gráficamente la aplicación es equilibrada? ¿Es muy simple o recargada?

Persona:

Sí, considero que está muy buena y súper sencilla, de modo que las personas pueden ubicarse y reconocer a dónde deben ingresar para encontrar lo que buscan. Siento que es muy precisa justamente para eso.

Entrevistador:

Bien. ¿Qué sensación te transmiten los colores y las formas utilizadas en la aplicación? ¿Crees que los colores son coherentes con la identidad de la app?

Persona:

Sí, yo siento que sí, porque justamente el fondo negro hace que te centres en las fotografías de cada sitio en el que básicamente debes centrarte.

Entrevistador:

Una tarea más: ve a las rutas temáticas.

Persona:

No sé si es esta.

Entrevistador:

Hasta, correcto. Así te propongo que vayas a la ruta temática “Giro Única”. ¿Está? Sí, ya. Ahora, si te pido otra tarea que sería con el escáner o la cámara del celular: escanear una parte de la casa Fernandini, ¿a dónde crees que irías para esa función?

Persona:

Ah, iría acá.

Entrevistador:

¿Y si te pido que lo captures?

Persona:

Acá. (Presiona botón de captura para activar el scanner)

Entrevistador:

Genial. Ahora, por favor, lee la información para una pregunta posterior.

Persona:

Dice: “Este es el primer ascensor instalado en el Perú por la empresa Otis, que en la actualidad aún funciona. El uso de este ascensor fue para atender temas médicos de la hija de Don Eulogio, Emma Fernandini Clot.”

Entrevistador:

Genial.

Entrevistador:

A ver, ¿logras distinguir los botones con claridad?

Persona:

No, los botones del ascensor.

Entrevistador:

Ah, no, me refiero a los botones de la aplicación.

Persona:

Ah, ya. En general, como para retroceder: las rutas temáticas sí.

Entrevistador:

¿Reconoces alguna imagen que represente la app, como un logotipo? ¿Puedes leerlo? ¿Te resulta claro?

Persona:

Ah, retrocedo... Es el nombre que aparece acá, "Vecinos Ilustres". Sí, siento que me gusta; se relaciona con la temática de la aplicación.

Entrevistador:

¿A qué tipo de audiencia crees que va dirigida esta aplicación?

Persona:

A los turistas, gente joven; básicamente, personas de otros países que vienen a ubicarse. También para los peruanos que no sepan mucho de estos temas, pero que realmente necesitan ayuda para, al salir, ir al Centro de Lima y comprender qué esperar.

Entrevistador:

¿Te parece fácil volver desde cualquier pantalla a la pantalla inicial de Home?

Persona:

Sí.

Entrevistador:

¿Cuál fue la parte de mayor dificultad para ti dentro de la aplicación? ¿Fue la de buscar una casa específica en el mapa o hay algo que mejorar en ese mapa?

Persona:

Si quieres, puedes abrirlo para que lo veas. Creo que sería sencillo para alguien que supiera dónde está ubicada la casa, pero yo, por no saberlo exactamente, tuve que presionar todos los botones. Básicamente, es un detalle mío; si supiera específicamente dónde está, simplemente me iría de frente.

Entrevistador:

¿Se solucionó el tema de hacer más obvio dónde están las casas, sin tener que recorrer todo el mapa? ¿Qué te gustaría añadir, alguna función extra a la aplicación?

Persona:

Yo creo que lo único que se podría mejorar en el mapa, quizá, es mostrar el nombre de la casa para que sea más fácil identificarla y saber justamente a qué botón presionar. Eso sería lo único, el único detalle.

Entrevistador:

En general, ¿estás satisfecha con lo fácil que es utilizar la aplicación?

Persona:

Sí, estoy satisfecha.

Entrevistador:

¿Te sentiste cómoda usándola, o algo te molestó, por ejemplo, en los colores o la disposición?

Persona:

Sí, la aplicación es fácil de aprender a usar desde el primer momento, y en el corto tiempo que la fui conociendo, me resultó muy sencilla.

Entrevistador:

Ubicar la información en el mapa, ¿te resultó sencillo?

Persona:

Sí, aunque para mí la parte de ubicar las casas en el mapa fue algo menos sencillo, pero la información en los otros apartados sí fue clara.

Entrevistador:

Sobre los datos que te proporcionó, por ejemplo, el del ascensor, ¿te parecieron relevantes o ya los conocías?

Persona:

No, resultaron relevantes. La verdad es que desconocía esa información, y es algo que ayuda mucho.

Entrevistador:

¿Cómo calificas la organización dentro de la aplicación, en cuanto a dividir las secciones en “casas”, “mapa” y “noticias”?

Persona:

Me pareció clara la organización.

Entrevistador:

¿La interfaz de la aplicación fue placentera o algo te incomodó?

Persona:

No, estuvo todo bien.

Entrevistador:

En general, ¿estás satisfecha con la aplicación?

Persona:

Sí, estoy satisfecha.

Entrevistador:

Dentro de la app se usan iconos ¿Alguno te costó más trabajo entender?

Persona:

No, la verdad es que ninguno me costó.

Entrevistador:

Si te pido que tomes rutas para acercarte al Centro de Lima, ¿a dónde crees que irías?

Persona:

A acá.

Entrevistador:

Ajá, sí, buscaría por Abancay o algo similar.

Entrevistador:

Bueno, eso sería todo por ahora. Con esto, finalizamos la grabación.

Anexo 7. Prueba de usuario, persona 2

Persona 2:

Ah, mi nombre es, tengo 18 años y actualmente solo soy estudiante de enfermería.

Entrevistador:

Te voy a dar una tarea. ¿Puedes, por favor, buscar la Casa Fernandini? ¿Dónde crees que está esa opción?

Persona 2:

(Realiza la búsqueda)

Entrevistador:

Volvamos al menú principal, por favor.

Persona 2:

(Se dirige nuevamente al menú principal)

Entrevistador:

Ahora, si te pido que ubiques en el mapa a la Casa Fernandini, ¿cómo lo harías?

Persona 2:

Entrevistador:

Comprendo. A ver, cuéntame: ¿consideras que gráficamente la aplicación está equilibrada? ¿Te parece muy simple o recargada?

Persona 2:

No creo que esté recargada. Si le añaden más colores o gráficos, podría saturarse. Por el momento, lo veo adecuado y bien equilibrado.

Entrevistador:

¿Y qué hay de los iconos, te resultan claros y fáciles de recordar?

Persona 2:

Sí, son muy familiares. Por ejemplo, el icono del escáner con la referencia QR se entiende muy rápido.

Entrevistador:

¿Qué sensación te transmiten los colores y las formas? ¿Son coherentes con la identidad de la aplicación?

Persona 2:

Sí, se ven coherentes; me parecen serios, bonitos y fáciles de recordar.

Entrevistador:

Perfecto. Ahora, una tarea más: ve a la opción de rutas temáticas. ¿Dónde crees que se encuentra esa opción?

Persona 2:

(mirando la pantalla) Ah, creo que esa opción está cerca de la sección de buses, pero no estoy del todo segura... Mejor busca la ruta "Jirón Ica".

(Después de buscar)

Sí, ahí está. Genial.

Entrevistador:

¿Cuál fue la parte de mayor dificultad para usar la App?

Persona 2:

Creo que fue ubicar las casas en el mapa. Los puntos están marcados, pero tal vez debería aparecer también el nombre para facilitar la identificación, en vez de tener que tocar cada puntito para buscar la casa.

Entrevistador:

¿Te gustaría añadir algún contenido o función extra a la aplicación?

Persona 2:

No, en realidad se puede ubicar todo bien: tenemos mapas, paradas de buses, noticias... Creo que está completo.

Entrevistador:

¿A qué tipo de audiencia crees que va dirigida la aplicación?

Persona 2:

La aplicación es muy familiar; creo que puede ser utilizada sin problema tanto por jóvenes, como por adultos o incluso por mi hermano o mi mamá, ya que es intuitiva y fácil de recordar.

Entrevistador:

¿Reconoces alguna imagen que pueda representar a la App como logotipo? ¿El nombre te resulta claro?

Persona 2:

Sí, el logotipo y el nombre "Vecinos Ilustres" me hacen muy buena referencia. Me parece que está muy bien, es familiar y fácil de ubicar.

Entrevistador:

¿Consideras que es fácil volver desde cualquier pantalla a la pantalla inicial?

Persona 2:

Sí, porque contamos con los botones en la parte inferior y también las barras de arriba, lo que ofrece dos alternativas para regresar sin dificultad.

Entrevistador:

En general, ¿estás satisfecha con lo fácil que es utilizar la aplicación?

Persona 2:

Sí, es muy fácil de utilizar. He podido aprender a usarla rápidamente y, en general, la información me ha resultado bastante clara, aunque en el caso de las rutas temáticas siento que quizás podría explicarse mejor para quienes no estén familiarizados con ellas.

Entrevistador:

¿Te resultó sencillo ubicar la información en el mapa, por estar claramente marcado el punto?

Persona 2:

Sí, aunque pienso que, además de mostrar el nombre antes de entrar a cada ubicación, también sería útil incluir la dirección de la casa debajo del marcador. Así se evitaría tener que presionarlo para buscar detalles.

Entrevistador:

¿Los datos que te proporcionó la App sobre el inmueble (por ejemplo, en la Casa Fernandini) fueron relevantes?

Persona 2:

Sí, resultaron relevantes. Primero tienes que escanearla para desbloquear y poder leer la información, y una vez hecho eso, queda disponible permanentemente. Me parece una buena manera de invitar a explorar las casas.

Entrevistador:

Y respecto a la información textual, como los datos sobre el origen de los candelabros, ¿te parecieron llamativos y útiles?

Persona 2:

Sí, eran declaraciones llamativas, y sinceramente desconocía su origen. Es muy importante conocer esos detalles, ya que forman parte de la cultura local.

Entrevistador:

¿Cómo evalúas la interfaz en general? ¿Te resultó placentera o hubo algo que te incomodó?

Persona 2:

La interfaz fue muy placentera; es muy fácil de usar y no encontré nada incómodo.

Entrevistador:

En resumen, ¿estás satisfecha con la aplicación?

Persona 2:

Sí, en general estoy muy satisfecha.

Entrevistador:

Muchas gracias, por tu colaboración.

Anexo 8. Prueba de usuario, persona 3

Persona 3:

Hola, Rodrigo, eh... Soy Elisa Maldonado, soy ingeniera médica. Actualmente trabajo en una empresa que hace tratamientos de agua y tengo 23 años.

Entrevistador:

Vale, gracias. A ver, entonces empezamos. Como primera tarea te pido que busques la Casa Fernandini.

Persona 3:

(Realiza la búsqueda)

Está bien, ya llegué.

Entrevistador:

Ahora, como segunda tarea, vuelve al menú principal.

Persona 3:

(Se desplaza al menú principal)

Entrevistador:

Ubica en el mapa la Casa Fernandini, por favor.

Persona 3:

(Explora el mapa)

Uy... ¿puedo escanear? Con la función de escáner de la aplicación, eso del vitral, el ascensor o la fotografía de Don Eulogio Fernandini.

Entrevistador:

¿Dónde encuentras el botón de escanear? ¿Dónde crees que lo hallarías?

Persona 3:

Yo creo que está en... en "Casa", ah, sí, ese botón, ¿verdad?

Sí, pues, con el botón de "capturar" se accede a ver la información.

Persona 3:

Ya.

Entrevistador:

Volvamos al menú principal. Ahora, puedes ir a la sección de noticias.

Persona 3:

Ajá, sí... perfecto.

Entrevistador:

Como quinta tarea, ve a la opción de rutas temáticas; intenta ubicar la ruta temática "Jirón Ica".

Persona 3:

Ajá... sí, ya, genial.

Entrevistador:

¿Ya consideras que gráficamente la aplicación es equilibrada? ¿Te parece muy simple o recargada?

Persona 3:

Yo creo que se ve equilibrada, ya que la información se muestra de forma clara y las letras, junto con la imagen, están bien dispuestas.

Entrevistador:

La interfaz utiliza iconos. ¿Te resultan fáciles de comprender?

Persona 3:

Eh, diría que, parcialmente, porque, por ejemplo, acá no estoy segura si se muestra solo el “logo” o si es un icono completo. Pero, en general, está bien.

Entrevistador:

¿Qué sensación te transmiten los colores y las formas que usa la aplicación?

Persona 3:

Me pareció muy tranquila la paleta de colores, en definitiva, muy equilibrada.

Entrevistador:

¿Crees que esos colores y formas son coherentes con la identidad de la aplicación?

Persona 3:

Yo creo que sí.

Entrevistador:

¿Reconoces alguna imagen que represente la aplicación? ¿Algún elemento que te llame la atención?

Persona 3:

Ah, sí, aunque se me hace un poco difícil describirlo con detalle, sí lo reconozco.

Entrevistador:

¿Y puedes leer el nombre de la aplicación? ¿Te resulta claro?

Persona 3:

Sí, lo encuentro en el menú principal.

Entrevistador:

¿Qué te parece el nombre de la aplicación? ¿Crees que es fácil de recordar?

Persona 3:

Yo creo que sí, además te da mucha información sobre de qué trata la aplicación. Me parece muy directo y, en una casa histórica, me hace recordar bien el nombre.

Entrevistador:

¿A qué tipo de audiencia crees que va dirigida esta aplicación?

Persona 3:

Pues, yo creo que es para turistas, para esas personas aventureras que quieren conocer nuevos lugares.

Entrevistador:

¿Tú crees que es fácil volver de cualquier pantalla a la pantalla principal (la de las tres opciones)?

Persona 3:

Sí, porque en todas partes aparece el panel; nunca me perdí.

Entrevistador:

¿Logras distinguir con claridad los botones? Por ejemplo, cuando entras a la sección “Casas” y demás.

Persona 3:

Sí, se distinguen perfectamente.

Entrevistador:

En general, ¿estás satisfecha con lo fácil que es utilizar la aplicación?

Persona 3:

Sí, definitivamente; me pareció simple de usar.

Entrevistador:

¿Te sentiste cómoda usándola?

Persona 3:

Sí, es bastante intuitiva.

Entrevistador:

¿Te resultó sencillo ubicar la información en el mapa?

¿O te tocó buscar en cada punto qué lugar es?

Persona 3:

No tanto, ya que encuentro los lugares, pero a veces tengo que tocar cada punto para identificar qué sitio corresponde.

Entrevistador:

¿Dirías que te facilitaría el uso que cada pin incluya, por ejemplo, una miniatura o el nombre del edificio?

Persona 3:

No lo sé... podría ser de ayuda.

Entrevistador:

Los datos que proporciona la aplicación sobre el inmueble, ¿fueron relevantes para ti?

Persona 3:

Bueno, es información que aparece bloqueada inicialmente, pero luego se puede acceder en “Casas” o a través del escáner, y me parece claro y conciso, sin que se aburra a la lectura.

Entrevistador:

La organización de la información dentro de la aplicación, ¿te pareció clara?

Persona 3:

Sí.

Entrevistador:

¿Y cómo consideras la interfaz en cuanto a formas, colores y tipografía? ¿Te resultó placentera?

Persona 3:

Sí, sobre todo porque es muy clara.

Entrevistador:

¿Cuál fue la parte más difícil o la que más tiempo y esfuerzo te tomó: la navegación en el mapa o identificar algún elemento en particular?

Persona 3:

En el mapa, identificar correctamente cada ubicación.

Entrevistador:

¿Te gustaría añadir algún contenido extra o función adicional a esta aplicación?

Persona 3:

Ah, creo que por ahora no.

Entrevistador:

Y, como última tarea, ¿cómo llegarías al Centro Histórico de Lima? Por ejemplo, ¿cómo accederías a esa información? ¿En bus o buscarías directamente en el mapa?

Persona 3:

Yo buscaría en el mapa el Centro Histórico. Aunque pienso que, de lo que hablamos antes, quizá se podría añadir un botón de búsqueda que permita localizar directamente una casa u otro inmueble.

Entrevistador:

¿Está bien?

Persona 3:

Ah, sí.

Entrevistador:

Por último, ¿fue fácil aprender a utilizar la aplicación desde el primer momento? ¿Pudiste identificar algunos logos conocidos o funciones similares a las de otras apps?

Persona 3:

Sí, ya había visto funciones parecidas y se mueven en el mapa, se pueden distinguir los edificios y otros elementos familiares.

Entrevistador:

Genial, bueno, eso sería todo.

Anexo 9. Prueba de usuario persona 4

Entrevistador:

Primero, ¿puedes decirme tu nombre, a qué te dedicas y cuál es tu edad, por favor?

Persona 4:

Mi nombre, tengo 20 años, estudio Derecho y actualmente trabajo.

Entrevistador:

Como primera tarea, dentro de la aplicación busca la Casa Fernandini. ¿Dónde crees que puedes encontrar esa opción?

Persona 4:

Voy al menú “Casas”, hago clic y deslizo; ahí aparece la Casa Fernandini con su historia.

Entrevistador:

Genial. Ahora, por favor, vuelve al menú principal.

Persona 4:

(Se dirige al menú principal)

Entrevistador:

Como segunda tarea, ubica en el mapa la Casa Fernandini.

Persona 4:

Entro al mapa, hago clic... lo perdí... (tras buscar) ya la encuentro.

Entrevistador:

Perfecto. Ahora usa la función de escáner para tomar una foto del ascensor o del vitral de la Casa Fernandini. ¿Dónde irías?

Persona 4:

En “Casas” selecciono la Casa Fernandini y toco el ícono Qr; para fotografiar el candelabro le doy a “capturar” y me muestra su historia.

Entrevistador:

Muy bien. Regresa al menú principal.

Persona 4:

(Se desplaza al menú principal)

Entrevistador:

Ve a la sección de noticias.

Persona 4:

(Entra a “Noticias”)

Entrevistador:

¿Consideras que gráficamente la app está equilibrada, muy simple o recargada?

Persona 4:

La imagen y el texto coinciden bien; las secciones posteriores, como “Competidores”, muestran referencias a la Lima antigua sin sobrecargar.

Entrevistador:

La interfaz usa iconos. ¿Te resultan fáciles de comprender?

Persona 4:

Sí, son familiares (retroceder, aceptar, escanear).

Entrevistador:

¿Qué sensación te transmiten los colores y las formas? ¿Son coherentes con la identidad de la app?

Persona 4:

Los tonos (negros y naranja) me remiten a lo antiguo, a la historia de Lima.

Entrevistador:

Tarea adicional: ve a “Rutas temáticas”. ¿Cómo lo harías?

Persona 4:

Busco el ícono de rutas en el mapa; lo ubico en el carrito lateral y lo selecciono.

Entrevistador:

Perfecto. Ahora accede a la ruta “Jirón Ica”.

Persona 4:

La encuentro y la selecciono.

Entrevistador:

¿Reconoces algún logotipo o imagen que represente la App? ¿El nombre te resulta claro?

Persona 4:

Sí, el ícono en esquina parece un faro/poste de luz; el nombre “Vecinos Ilustres” es directo y memorable.

Entrevistador:

¿A qué audiencia crees que va dirigida esta aplicación?

Persona 4:

A jóvenes interesados en la historia de Lima y en descubrir cómo eran las casas antiguas.

Entrevistador:

¿Es fácil volver a la pantalla de inicio desde cualquier sección?

Persona 4:

Sí, gracias al panel inferior y la barra superior.

Entrevistador:

¿Logras distinguir los botones con claridad?

Persona 4:

Sí.

Entrevistador:

¿Qué fue lo más difícil de usar?

Persona 4:

Encontrar rutas específicas en el mapa.

Entrevistador:

¿Te gustaría añadir alguna función extra?

Persona 4:

Sería útil que el mapa incluyera indicaciones estilo “gira a la derecha en X cuadras” o miniaturas con direcciones en los pines.

Entrevistador:

En general, ¿estás satisfecha con la facilidad de uso de la app?

Persona 4:

Sí, es intuitiva y los botones guían bien.

Entrevistador:

¿Fue fácil aprender a usarla en este primer contacto?

Persona 4:

Sí, la terminología y las funciones son sencillas.

Entrevistador:

¿La información contenida te resultó clara y relevante?

Persona 4:

Sí, datos como la historia del candelabro me parecieron muy útiles.

Entrevistador:

¿La organización de la información fue clara?

Persona 4:

Sí.

Entrevistador:

¿Te resultó placentera la interfaz?

Persona 4:

Sí, familiar y cómoda de usar.

Entrevistador:

Por último, si te pido buscar estaciones de bus en el Centro de Lima, ¿cómo lo harías?

Persona 4:

Entraría al mapa y seleccionaría el icono del “carrito” para ver las paradas.

Entrevistador:

Genial, eso sería todo. Muchas gracias.

Persona 4:

Gracias a ti. Déjame pausar la grabación.

Anexo 10. Prueba de usuario persona 5

Entrevistador:

Primero, ¿puedes decirme tu nombre completo, a qué te dedicas y cuál es tu edad, por favor?

Persona 5:

Buenas noches. Soy....., estoy terminando Derecho y Ciencias Políticas y tengo 25 años.

Entrevistador:

Bien. Primera tarea: dentro de la app, busca la Casa Fernandini.

Persona 5:

Veo que el menú principal tiene “Casas”, “Mapa” y “Noticias”. Entro en “Casas” y ahí aparece Plaza Francia; al desplazarse aparece la Casa Fernandini.

Entrevistador:

Perfecto. Ahora ubícala en el mapa.

Persona 5:

Entro a “Mapa”, busco los marcadores y ahí está la Casa Fernandini.

Entrevistador:

Genial. Vuelve al menú principal.

Persona 5:

Listo, ya estoy en el menú.

Entrevistador:

Ahora usa la función de escáner para fotografiar el vitral o el ascensor de la Casa Fernandini. ¿Cómo lo harías?

Persona 5:

En la app selecciono “Escáner” y apunto con la cámara al vitral o al ascensor para capturar la imagen.

Entrevistador:

¿Consideras que la interfaz gráfica está equilibrada, es muy simple o recargada?

Persona 5:

La veo estructuralmente viable, fácil de usar y suficientemente clara sin sobrecargarse.

Entrevistador:

La app usa iconos; ¿te resultan fáciles de comprender?

Persona 5:

Sí. Reconozco los de mapa y los de navegación porque se parecen a los de otras apps como Maps.

Entrevistador:

¿Qué sensación te transmiten los colores y las formas? ¿Son coherentes con la identidad de la App?

Persona 5:

Transmiten una vibra neutral y relajada, nada infantil, sino creativa y serena.

Entrevistador:

Tarea adicional: ve a “Rutas temáticas”.

Persona 5:

En “Mapa” localizo el ícono de rutas temáticas, lo selecciono y puedo explorar las rutas disponibles.

Entrevistador:

Ahora dime, ¿entendiste toda la terminología de la app? ¿Algún término te resultó confuso?

Persona 5:

No, la terminología es clara y no encontré ninguna palabra difícil.

Entrevistador:

¿Cuál fue la parte de mayor dificultad y qué mejorarías?

Persona 5:

Lo más complejo fue identificar franjas horarias menos concurridas. Añadiría pequeñas notas o ventanas flotantes que indiquen los horarios de menor afluencia en cada casa.

Entrevistador:

En general, ¿estás satisfecha con la facilidad de uso?

Persona 5:

Sí, en unos 3–4 minutos entendí bien la app.

Entrevistador:

¿La información fue clara y los datos sobre las casas resultaron relevantes?

Persona 5:

Sí, la información estética y arquitectónica me pareció muy útil.

Entrevistador:

¿La organización de la información fue clara?

Persona 5:

Definitivamente. El menú inicial con “Casas”, “Mapa” y “Museos/Noticias” facilita la navegación.

Entrevistador:

¿Ubicar la información en el mapa te resultó sencillo?

Persona 5:

Me demoré un poco al principio, pero luego fue fácil.

Entrevistador:

¿La interfaz te resultó agradable en colores, tipografía y diseño?

Persona 5:

Sí, el gris y naranja generan un ambiente calmado y relajado.

Entrevistador:

Por último, ¿estás satisfecha con la aplicación en general?

Persona 5:

Sí, quedé satisfecha. Fue rápida de entender y muy interesante.

Entrevistador:

Muchas gracias.

Persona 5:

Gracias a ti. Déjame pausar la grabación.